



Aalto-yliopisto  
Kauppakorkeakoulu

# TARINOITA YRITTÄJÄN TAIVAASTA JA HELVETISTÄ

Sukupuolisensitiivinen diskurssianalyysi yrittäjänarratiiveista

Maisterin tutkielma

Elisa Nevala

Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu

Corporate Communication

Kevät 2018

---

**Tekijä** Elisa Nevala

---

**Työn nimi** Tarinoita yrittäjän taivaasta ja helvetistä – Sukupuolisensitiivinen diskurssianalyysi yrittäjänarratiiveista

---

**Tutkinto** Kauppatieteiden maisteri

---

**Koulutusohjelma** Corporate Communication

---

**Työn ohjaaja** Sampo Tukiainen

---

**Hyväksymisvuosi** 2018

**Sivumäärä** 92

**Kieli** Suomi

---

### Tiivistelmä

Tutkimuksessani tarkastelen miten yrittäjyyttä kuvataan aineistoni yrittäjyystarinoissa, millaisia diskursseja kuvauksista nousee esiin ja onko kielen rakentama todellisuus jollain tapaa sukupuolittunutta. Vastaan analyysillani seuraaviin tutkimuskysymyksiin: Minkälaisista diskursseista aineistoni yrittäjätarinat koostuvat? Minkälaista – mahdollisesti sukupuolittunutta – todellisuutta yrittäjyydestä nämä diskurssit rakentavat?

Tutkielmani on laadullinen tutkimus, jonka teoreettismetodologinen viitekehys on diskurssianalyysi, joka pohjaa sosiaalisen konstruktionismin periaatteeseen, eli todellisuuden sosiaaliseen rakentumiseen. Ontologisesti ja epistemologisesti tutkielmani jakaa siten subjektivismen periaatteet. Tutkimusaineistoni koostuu Yrittäjän Taivas+Helveti -kirjan 21 yrittäjänarratiivista.

Aineistostani esille nousi neljä diskurssia: yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi, itsensä toteuttamisen diskurssi, vastuun diskurssi ja yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi. Diskursseista ensimmäinen, yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi, kuvaa yrittäjyyttä hyvin tunnepitoisesti ja rakentaa todellisuutta, joka on yrittäjälle samaan aikaan kova ja antelias. Se on havaitsemistani diskursseista selvästi dominoiva. Itsensä toteuttamisen diskurssi on yksilön individualistinen kokemus yrittäjyydestä, jossa yrittäjyys tarjoaa yksilölle keinon toteuttaa itseään. Vastuun diskurssin keskiössä on yrittäjien puheesta ilmenevä vastuu ympäröiviä sidosryhmiä kohtaan. Yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi tarkastelee tarinoista rakentuvan todellisuuden sukupuolittuneisuutta.

Tutkimukseni eroaa perinteisestä yrittäjyystutkimustraditiosta tarkastelemalla yrittäjyyttä yrittäjien itse kertomien tarinoiden kautta ja ottamalla huomioon myös sukupuolen. Se edustaa sukupuolisensitiivistä yrittäjyystutkimusta eroten siten perinteisestä naisyrittäjyystutkimuksen tutkimustraditiosta.

---

**Avainsanat** yrittäjyys, diskurssi, diskurssianalyysi, sukupuolisensitiivinen

---



---

**Author** Elisa Nevala

---

**Title of thesis** Stories from Entrepreneur's Heaven and Hell – Gender Sensitive  
Discourse Analysis of Entrepreneur Narratives

---

**Degree** M.Sc.

---

**Degree programme** Corporate Communication

---

**Thesis advisor** Sampo Tukiainen

---

**Year of approval** 2018

**Number of pages** 92

**Language**  
Finnish

---

## **Abstract**

In my research, I study how entrepreneurship is represented, and what kind of discourses will emerge from my data, and whether the reality those discourses build is somehow gendered. In my analysis, my aim is to answer the following research questions: What kind of discourses my data consist of? What kind of reality these discourses build, and is it somehow gendered?

My thesis represents qualitative studies, and its theoretical framework is discourse analysis which is also my methodology. Discourse analysis is based on social constructivism which means the idea of social construction of reality. Ontologically and epistemologically my thesis is based on subjectivism. My data consists 21 entrepreneur narratives from the book "Yrittäjän Taivas+Helveti".

Four discourses emerged from my research: the sentimental discourse of entrepreneurship, the discourse of self-realization, the discourse of responsibility, and the gendered discourse of entrepreneurship. The sentimental discourse illustrates entrepreneurship very emotionally and builds reality that is both hard and generous. It is also clearly the dominant discourse. Self-realization is the individualistic experience of entrepreneurs, where entrepreneurship provides an opportunity to a personal fulfilment. The discourse of responsibility raises the question of responsibilities for stakeholders and society. The gendered discourse examines is the reality of entrepreneurship gendered based on those narratives.

My research differs from traditional entrepreneurial research by examining entrepreneurship through narratives and including the gender sensitive perspective. It represents gender-sensitive entrepreneurship research which separates from the study of feminist theory.

---

**Keywords** entrepreneurship, discourse, discourse analysis, gender, gender sensitive

---

# Sisällysluettelo

1. Johdanto .....	1
1.1 Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet .....	2
1.2 Keskeiset käsitteet .....	4
1.3 Tutkimuksen rakenne .....	5
2. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys .....	6
2.1 Yrittäjyys .....	6
2.1.1 Yrittäjyystutkimuksen lyhyt oppimäärä .....	7
2.1.2 Käytäntölähtöisestä organisaatiotutkimuksesta kohti yrittäjyyden diskurssianalyysia .....	8
2.2 Sukupuolisensitiivinen tutkimus .....	13
2.2.1 Sosiaalisesti rakentuva sukupuolen käsite .....	13
2.2.2 Sukupuolisensitiivisen tutkimuksen kädenjälki organisaatio- ja yrittäjyystutkimuksessa .....	16
2.3 Diskurssia tutkimassa .....	20
2.3.1 Diskurssin käsite .....	21
2.3.2 Diskurssianalyysi .....	22
2.4 Teorian yhteenveto .....	25
3. Metodologiset valinnat .....	27
3.1 Tutkimuksen lähtökohdat .....	27
3.2 Aineisto nimeltä Yrittäjän Taivas+Helveti .....	29
3.3 Aineiston analysointi .....	32
3.4 Analyysin ja tulkinnan uskottavuuden tarkastelua .....	34
4. Neljä diskurssia yrittäjän taivaasta ja helvetistä .....	36
4.1 Yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi .....	37
4.2 Itsensä toteuttamisen diskurssi .....	46
4.3 Vastuun diskurssi .....	53
4.4 Yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi .....	62
5. Keskustelu aiempaan tutkimukseen nojaten ja loppupäätelmät .....	74
Lähteet .....	81

## Taulukot

Taulukko 1. Konstruktivistiset lähestymistavat (Smith & Anderson 2007) .....	23
Taulukko 2. Aineiston yrittäjätarinat.....	31

## 1. Johdanto

*”Suomen kasvu, työllisyys ja hyvinvointi perustuu menestyvään yritystoimintaan.”*

Näillä sanoilla alkaa Työ- ja elinkeinoministeriön verkkosivujen yritykset-osion teksti. (TEM 2018.) Yrittäjyys on myös tutkijoiden mukaan yksi taloudellisen kehityksen keskeisistä tekijöistä vaurauden luomisen ja työllistämisen kautta. (Shane & Venkataraman 2000.) Johtuen yrittäjyyden yhteiskunnallisesti keskeisestä ja kiinnostavasta roolista ja sen vaikutusvallasta taloudelliseen kasvuun ja siten myös päätöksentekoon, kiinnostus yrittäjyystutkimusta kohtaan on kasvanut tasaisesti. Tätä tukee myös yrittäjyystutkijoiden, -julkaisujen ja -konferenssien määrän kasvu. (Frank & Landström 2015.) Kiinnostuksen kasvaessa tutkimuskenttä ei kuitenkaan ole monipuolistunut samassa tahdissa, vaan sitä hallitsee yhä yksilölähtöinen tarkastelukulma, joka on keskittynyt pohtimaan kuka on yrittäjä. (De Clercq & Voronov 2009.) Diskurssianalyysia ja kerronnallisia metodeja hyödynnetään yrittäjyystutkimuksessa yhä vähän. (Parkinson & Howorth 2007.)

Naisyrittäjien määrä on kasvanut Suomessa tasaisesti 2000-luvun alusta saakka ja kaikista yrityksistä noin kolmannes on Suomessa naisten perustamia ja ohjaamia. (TEM 2012.) Naisyrittäjyys kasvaa vauhdilla myös maailmalla (GEM 2014), mutta siitä huolimatta yrittäjyystutkimus ei toistaiseksi ole huomioinut sukupuolta tutkimustraditiossaan (Stevenson 1990; Brush et al. 2009) ja yrittäjyyttä hallitseekin hegemoninen maskuliinisuus (Bruni et al. 2005). Lisäksi se vähäinen yrittäjyystutkimus, jossa sukupuoli on otettu huomioon, on jäänyt lähinnä naisyrittäjyystutkimuksen varaan. (Pietiläinen 2007.) Naisyrittäjyys jo terminä tulee tahtomattaankin vahvistaneeksi yrittäjyyden maskuliinista konnotaatiota ja siten se myös ylläpitää yrittäjyyden hegemonista maskuliinisuutta, kuten tutkielmassani tulen osoittamaan.

Näihin havaintoihin tutkielmani perehtyy syvemmin, ottaen kantaa vallitsevaan tutkimusperinteeseen ja rakentaen samalla yrittäjyystutkimuksen monipuolisempaa tutkimustraditiota. Seuraavaksi esittelen tutkimukseni lähtökohtia ja tavoitteita tarkemmin.

## 1.1 Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet

Tutkimuksessani tarkastelen, miten yrittäjyyttä kuvataan aineistoni yrittäjyystarinoissa, millaisia diskursseja kuvauksista nousee esiin ja onko näiden diskurssien rakentama todellisuus jollain tapaa sukupuolittunutta. Tutkimukseni on siis sukupuolisensitiivinen diskurssianalyysi yrittäjänarratiiveista ja tavoitteeni on luoda syvä ja rikas ymmärrys aineiston rakentamasta todellisuudesta huolellisella ja perustellulla analyysillä. Olen valinnut teoreettismetodologiseksi viitekehikseksi (Jokinen et al. 1993) diskurssianalyysin, sillä haluan ymmärtää yrittäjyyden luonnetta yksilön suhteessa ympäröivään todellisuuteen. (Davidsson & Wiklund 2001.) Lisäksi diskurssianalyysia ja kerronnallisia metodeja on toistaiseksi käytetty yrittäjyystutkimuksessa vähän niiden mahdollisuuksista huolimatta (Parkinson & Howorth 2007), joten tutkielmani rakentaa osaltaan suhteellisen tuoretta yrittäjyystutkimuksen tutkimustraditiota.

Yrittäjyyttä on tutkittu runsaasti muun muassa tarkastelemalla yrittäjän henkilösidonnaisia persoonallisuustekijöitä (Bhide 1999), käyttäytymistä (Gartner 1988) sekä analysoimalla sekä toimijuutta että henkilötekijöitä (Gibb 1999). Yhteiskuntatieteissä yleistynyt käytännönläheinen tutkimuspainotus ”*practice turn*”, jonka keskiössä on tarkastella yksilöä osana sosiaalista toimintaa ja yhteisöä (Whittington 2006) ja sittemmin kielen keskeisyyden ymmärtäminen, eli niin kutsuttu ”*linguistic turn*”, jolla viitataan kielen perustavalaatuiseen asemaan ihmisen tietoisuuden ja merkitysten sosiaalisessa tuottamisessa (Spiegel 2005), ovat haastaneet organisaatiotutkimusta ja pikkuhiljaa myös yrittäjyystutkimusta laajentamaan tarkastelukulmaansa. Lingvististen tutkimusotteiden yleistymisestä huolimatta diskurssianalyysia ja kerronnallisia metodeja hyödynnetään yrittäjyystutkimuksessa yhä vähän. (Parkinson & Howorth 2007.) Keskityn tutkimuksessani tarkastelemaan kielen kautta rakentuvaa todellisuutta myös siksi, että ihmiset hyödyntävät kieltä ja olemassa olevia diskursseja identiteettinsä rakentamiseen. Yksilöt jakavat useita samanaikaisia identiteettejä, jotka riippuvat ympäröivistä olosuhteista sekä vallalla olevista diskursseista. (Ahl 2002.) Diskurssianalyysi mahdollistaa toisin sanoen yrittäjyyden ja sukupuoli-identiteetin samanaikaisen tarkastelun sekä antaa välineet ymmärtää millaista todellisuutta aineisto rakentaa ja sen mahdollista sukupuolittuneisuutta. Koska yrittäjyyttä ovat perinteisesti hallinneet maskuliinisuuden, individualistisuuden ja sankarillisuuden diskurssit (Dodd & Anderson 2007),

yrittäjyysidentiteetin tarkastelu yrittäjien omakohtaisten tarinoiden kautta on erittäin otollinen tutkimusalue (Johansson 2004).

Sukupuolen huomioiminen tutkimuksessa on verrattain tuore ilmiö ja organisaatiotutkimus onkin pitkään ollut miesten kirjoittamaa, miehiä käsittelevää ja miehille suunnattua. (Clegg et al. 1996.) Toisin sanoen organisaatioiden tutkimusta leimasi, ja leimaa yhä usein, sukupuolisokeus. (Wilson 2001.) Sama pätee myös yrittäjyystutkimukseen. (Stevenson 1990; Brush et al. 2009.) Bruni, Gherard ja Poggi argumentoivatkin yrittäjyyden käsitteenä sijoittuvan miehiseen todellisuuteen, vaikka ensisilmäyksellä yrittäjyyden käsite pyrkiikin olemaan sukupuolineutraali. Yrittäjyys kuitenkin lähes aina sisältää hegemonismaskuliinisen viitekehyksen, joka tekee miehisyydestä näkymätöntä ja siten ylläpitää yrittäjyyden maskuliinisuutta. (Bruni et al. 2005.) Lisäksi tähän asti toteutettu, vähäinen sukupuolen huomioiva yrittäjyystutkimus on ollut lähinnä naisyrittäjyystutkimuksen vastuulla. (Pietiläinen 2007.) Havaintoni mukaan tästä ongelmallisen tekee se, että jo pelkällä naisyrittäjyys-termillä tullaan tahtomattakin vahvistaneeksi yrittäjyyden maskuliinista konnotaatiota ja siten yrittäjyyden hegemonista maskuliinisuutta. Pohjaan havaintoni Engelbergin (2016) tutkimukseen ja käsittelen näkökulmaa tarkemmin luvuissa 2.2.2, 4 sekä 5.

Monen tutkijan mukaan sukupuoli on tekemistä, ei olemista. (Mm. Butler 1990; Hirdman 1992.) Rakennamme toistuvalla tekemisellämme sääntöjärjestelmää, mikä johtaa kulttuurisesti vakiintuneisiin eleisiin, joiden kautta tunnistamme sukupuolet. (Butler 1990.) Sosiaalisen konstruktionismin mukaan todellisuus rakentuu sosiaalisesti (Phillips & Hardy 2002), minkä periaatteet sukupuolen rakentuminen sosiaalisessa kanssakäymisessä, tekemisen kautta, siten jakaa. Hirdmanin (1992) mukaan sukupuolijärjestelmä, (*a gender system*) perustuu kahteen dimensioon: dikotomiaan ja hierarkiaan. Ensimmäinen merkitsee naisen ja naiseuden selvää erottelua miehistä ja miehisyydestä. Jälkimmäisellä viitataan sukupuolten eriarvoisuuteen, eli miehisyyden asettamiseen naiseuden yläpuolelle ja miehen käsitteellistämistä ihmisen normiksi, josta nainen poikkeaa. Brunin ja kumppaneiden (2005) mukaan myös yrittäjyydessä maskuliinisuus asettuu feminiinisyyden yläpuolelle ja siten ylläpitää sen miehisyyttä ja rakentaa kulttuurisia esteitä naiseudelle yrittäjyyden kontekstissa.



Diskurssianalyysin teoreettinen perusta on edellä mainittu sosiaalisen konstruktionismin periaate, eli todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. (Phillips & Hardy 2002.)

Ontologisesti ja epistemologisesti tutkielmani jakaa siten subjektivismiin periaatteet, eli ajatuksen sosiaalisen maailman rakentumisesta subjektiivisesti yksilöiden käsitysten ja kokemusten pohjalta sekä käsityksen, jonka mukaan objektiivista tietoa sosiaalisesta maailmasta ei ole, sillä tieto on subjektiivista ja vaihtelee siten yksilöllisesti. (Burrell & Morgan 1979.) Näin ollen tutkimusasetelmani hyväksyy useat samanaikaiset tulkinnat todellisuudesta, eikä nojaa kausaliiteettiin tai pyri tuottamaan lainalaisuuksia ja säännönmukaisuuksia, kuten nomoteettiselle tieteelle on tyypillistä, vaan tutkielmani edustaa ideograafista tiedettä pyrkien yksityiskohtaiseen ja syvään ymmärrykseen. (Welch et al. 2011.) Tutkimuksessani pyrin siis tarjoamaan rikkaan, syvän ja perustellun tulkinnan, joka syntyy minun, aineiston ja aiemman tutkimuksen vuorovaikutuksen tuloksena. (Mantere & Vaara 2008.)

Pyrin vastaamaan tutkimusongelmaani seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1. Minkälaisista diskursseista aineistoni yrittäjätarinat koostuvat?
2. Minkälaista – mahdollisesti sukupuolittunutta – todellisuutta yrittäjyydestä nämä diskurssit rakentavat?

## 1.2 Keskeiset käsitteet

*Yrittäjyydelle* ei ole yksiselitteistä määritelmää, kuten luvussa 2.1 käy ilmi. Määritelmään vaikuttaa luonnollisesti konteksti, mutta yhdestä näkökulmasta yrittäjyys määritellään yksilön kyvyiksi muuttaa ajatukset teoiksi, mikä sisältää luovuutta, innovointia, riskinottoa, kykyä suunnitella ja toteuttaa projekteja tavoitteiden saavuttamiseksi. (Euroopan komissio 2016.)

*Sukupuolisensitiivisellä* tutkimuksella tarkoitetaan sukupuolen huomioon ottavaa tutkimusta. Englannin kielessä käytetään termiä ”gender”, jolla viitataan sukupuolen sosiaaliseen ulottuvuuteen. (Cameron & Kulick 2003.) Suomen kielessä sukupuolelle on kuitenkin vain yksi sana, joten siksi on tarpeen tarkentaa käsitettä ja puhua

sukupuolisensitiivisyydestä. Käytän tekstissä sukupuolen huomioivaa ja sukupuolisensitiivistä tutkimusta toistensa synonyymeina.

*Diskurssin* käsitteelle on yrittäjyyden tavoin useita määritelmiä, mutta yhteistä niille on diskurssin yhteys sosiaaliseen todellisuuteen: diskurssit sekä rakentavat sosiaalista todellisuutta että rakentuvat sosiaalisessa interaktiossa. (Phillips & Hardy 2002.) Diskurssi voidaan määritellä mm. sarjaksi puheenselontekoja, joita yhdistävät samat säännöt ja merkitykset ja joiden joukot edustavat erilaisia sosiaalisia todellisuuksia. (Foucault 2005.)

*Diskurssianalyysissä* tarkastellaan sosiaalisen todellisuuden rakentumista kielellisten prosessien kautta. Kielenkäyttöä tarkastellaan tekemisenä, joka muotoutuu sosiaalisissa prosesseissa sekä rakentaa samalla sosiaalista todellisuutta. (Pynnönen 2013.)

### 1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimukseni koostuu viidestä pääluvusta, joista ensimmäinen avaa tutkimukseni taustoja ja tavoitteita sekä kokoaa keskeisiä käsitteitä ja esittelee teoreettismetodologiset valintani lyhyesti. Toisessa luvussa esittelen tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen, joka koostuu yrittäjyystudkimuksesta, sukupuolisensitiivisestä tutkimuksesta sekä diskurssianalyysistä. Teoreettisen viitekehyksen tavoitteena on tarjota kattava ja tutkimukseni kannalta perusteltu katsaus kuhunkin osa-alueeseen. Diskurssianalyysi on sekä osa tutkimukseni teoreettista viitekehystä että tutkimusmetodini, ja sen keskeisyyden takia käsittelen sen osana teoreettista viitekehystä.

Kolmas luku keskittyy metodologiaan. Koska käsittelen diskurssianalyysin perusteellisesti jo osana teoreettista viitekehystä, metodologiassa keskityn erittelemään diskurssianalyysin suosimaa aineistoa ja esittelen oman aineistoni. Lisäksi kuvaan tutkimusprosessini etenemistä ja lopuksi tarkastelen analyysini ja tulkintani uskottavuutta.

Neljännessä luvussa esittelen analyysini pohjalta tekemäni löydökset, eli aineistosta havaitsemani diskurssit. Diskursseja on neljä: 1) Yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi, 2) Itsensä toteuttamisen diskurssi, 3) Vastuun diskurssi sekä 4) Yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi. Viides, eli viimeinen luku koostuu tutkimuksen peilaamisesta

aiempaan tutkimukseen, analyysiini perustuvista johtopäätöksistä ja jatkotutkimusehdotuksista.

## 2. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys

Tässä luvussa esittelen tutkielmani kannalta keskeiset teoreettiset viitekehukset.

Tutkimukseni rakentuu kolmen teoreettisen tukipilarin päälle, joten luku muodostuu kolmesta osasta: yrittäjyystutkimuksesta, sukupuolisensitiivisen tutkimuksen kartoittamisesta sekä diskurssianalyysistä. Diskurssianalyysi on teoreettismetodologisena viitekehystenä (Jokinen et al. 1993) sekä tutkimusmetodini että osa teoreettista viitekehystä ja siksi käsittelen sen jo luvussa 2.3.

Luvun tarkoituksena on esitellä kustakin teoreettisesta viitekehyksestä tutkielmani kannalta keskeinen aiempi tutkimus sekä tuoda esiin nykyisen yrittäjyystutkimuksen puutteet lingvistisen ja sukupuolisensitiivisen tutkimuksen osalta. Kirjallisuuskatsauksessa osoitan myös miksi yrittäjyystutkimuksessa olisi hyvä tarkastella yrittäjien omakohtaisista kokemuksista kumpuavia diskursseja sekä näiden rakentamaa ja mahdollisesti sukupuolittunutta todellisuutta.

### 2.1 Yrittäjyys

Yrittäjän englanninkielinen termi ”*entrepreneur*” juontaa juurensa latinankieleen. Latinaksi sana tarkoittaa häntä, joka menee eteenpäin ja ottaa aloitteen. Kuitenkaan tähän päivään mennessä yrittäjää tai yrittäjyyttä ei ole kyetty yksimielisesti määrittelemään. (Huuskonen 1992.) Yrittäjyyden määritelmään vaikuttaa luonnollisesti näkökulma, josta teemaa lähestytään. Yrittäjyys on kiinnostanut laajalti liiketalouden tutkijoiden lisäksi myös psykologeja, sosiologeja ja antropologeja. Tässä luvussa tarkastelen ensin lyhyesti yrittäjyystutkimusta, joka perinteisesti on keskittynyt yrittäjyyden eri ulottuvuuksiin sekä siihen mitä yrittäjyyden on tulkittu olevan. Tämän jälkeen syvennyn tarkemmin yhteiskuntatieteistä yleistyneeseen käytäntölähtöiseen ja

lingvistiseen tutkimusotteeseen, jotka ovat vallanneet alaa pikkuhiljaa myös organisaatio- ja yrittäjyystutkimuksessa.

### **2.1.1 Yrittäjyystutkimuksen lyhyt oppimäärä**

Yrittäjyystutkimus erottui johtajuustutkimuksen alta omaksi tutkimushaarakseen 1970-luvun lopun ja 1980-luvun alkuvuosien aikana. (Ahl 2002.) Se on kasvattanut suosiotaan ja tätä tukee yrittäjyystutkijoiden, -julkaisujen ja -konferenssien määrän tasainen kasvu. Laajasti hyväksytty selitys yrittäjyystutkimuksen suosion kasvulle ja menestykselle on sen keskeinen ja kiinnostava rooli osana yhteiskunnallista dynamiikkaa, sen keskeisyys taloudelliselle kasvulle ja siten myös päätöksentekijöille. (Frank & Landström 2015.)

Yrittäjyystutkimuksen yksi tutkimushaara on luonnollisesti keskittynyt yrittäjän ja yrittäjyyden määritelmään. Yrittäjyyden määritelmä on muuttunut ajassa kulloinkin vallalla olevan ihmiskäsityksen, arvojen ja taloudellisen ajattelun perusteella. (Leskinen 2000.) Sharman ja Chrismanin (1999) mukaan varhaisin tiedossa oleva ”*entrepreneur*” termin käyttö taloudellisessa kontekstissa löytyy vuodelta 1734, jolloin Richard Cantillon määritteli termin itsensä työllistämiseksi ilman varmuutta tulosta. Cantillon tunnisti talouden kolme toimijaryhmää: maanomistajat, yrittäjät ja työntekijät. Hänen mukaansa yrittäjyyden taustalla on täydellisen ennakoimisen mahdottomuus. (Wennekers & Thurik 1999). Vuonna 2016 Euroopan komissio taas määrittelee yrittäjyyden yksilön kyvyiksi muuttaa ajatukset teoiksi, mikä sisältää luovuutta, innovointia, riskinottoa, kykyä suunnitella ja toteuttaa projekteja tavoitteiden saavuttamiseksi. Yrittäjyyttä on ajan saatossa tarkasteltu monesta eri näkökulmasta, esimerkiksi: innovaatioiden toteuttamisena (Schumpeter 1934), keskittymällä henkilösidonnaisiin persoonallisuustekijöihin (Hull, Bosley & Udell 1980; Bhidé 1999, Rauch & Frese 2007), tarkastelemalla käyttäytymistä (Gartner 1988), analysoimalla sekä toimijuutta että henkilötekijöitä (Gibb 1999) tai tarkastelemalla yrittäjyyttä prosessina (Bruyat ja Julien 2000) tai tarkastelemalla yrittäjyyden edellyttämiä mahdollisuuksia (Singh 2001).

### 2.1.2 Käytäntölähtöisestä organisaatiotutkimuksesta kohti yrittäjyyden diskurssianalyysia

Low ja McMillan (1988) pohtivat artikkelissaan mitä yrittäjyydessä tulisi tutkia ja miten. Heidän mukaan yrittäjyyttä tulisi tarkastella monitahoisesti, sekä mikro- että makrotasolla, koska yrittäjyys vaikuttaa samanaikaisesti useaan sosiaaliseen tasoon. Ajatus on samassa linjassa yhteiskuntatieteissä yleisesti painoarvoaan 1980-luvulta saakka kasvattaneen käytännönläheisen painotuksen, joka tunnetaan termillä ”*practice turn*”, kanssa. (Schatzki et al. 2001; Reckwitz 2002.) Whittingtonin (2006) mukaan käytännönläheisen näkökulman keskiössä on tarkastella yksittäistä toimijaa sekä sosiaalista toimintaa ja yhteisöä. Käytännönläheinen ote on yleistynyt myös organisaatiotutkimuksen kentällä ja vaikka sovellusalat ovat laajoja, yhteistä on sitoutuminen ymmärtää ihmisen toiminnan moninaisuutta. Osa tarjoaa jopa malleja ihmisten, heidän toiminnan ja laajemman yhteisön, tai yhteiskunnan välisten suhteiden ymmärtämiseksi. Miettinen ja kumppanit (2009) toteavat ettei sosiaalinen teoria, ”*social practice theory*”, ole niinkään yhtenäinen teoria vaan pikemminkin kokoelma tutkijoita ja lähestymistapoja, jotka ovat kiinnostuneita tutkimaan käytännönläheisesti ja heillä jokaisella on oma erityinen sanastonsa. Vaikka tutkijat painottavat eri asioita, Feldmanin ja Orlikowskin (2011) mukaan he kuitenkin yleisesti ottaen jakavat ajatukset, että tutkittavat toimet ovat seurausta sosiaalisen elämän tuotannosta, teoriaa ei rakenneta dualismille ja että suhteet ovat keskenään konstitutiivisia, eikä näitä periaatteita voida erotella, vaan ne ovat toisiinsa kietoutuneita.

Käytännönläheisen tutkimussuuntauksen lisäksi yhteiskuntatieteissä on tunnistettu muitakin painotuksia tutkimusotteissa, kuten tulkitseva ote (*interpretive turn*), kielellinen, kerronnallinen ja retorinen ote (*linguistic turn, narrative turn, rhetorical turn*) sekä historiallinen, metaforinen, argumentillinen ja kulttuurinen ote (*historic turn, metaphorical turn, argumentative turn, cultural turn*). (Miettinen, Samra-Fredericks & Yanow 2009, 1310.) Sekä yhteiskuntatieteissä että etenkin organisaatiotutkimuksessa käytäntölähtöisen tutkimusotteen kiinnostuksen kohteeksi on noussut puhe ja kielenkäytön prosessit. (Alvesson & Kärreman 2000.) Suuntaus tunnetaan edellä mainitulla käsitteellä ”*linguistic turn*”, jolla tarkoitetaan ajatusta kielen perustavalaatuisesta asemasta ihmisen tietoisuuden ja merkitysten sosiaalisessa

tuottamisessa. (Spiegel 2005.) Organisaatiotutkimuksen kielellinen painotus korostaa kielen keskeistä merkitystä organisaatioiden ymmärtämisessä. (Alvesson & Kärreman 2000; Green 2004.) Fenton & Langley (2011) kuvaavat kerronnallisen näkökulman ”*narrative turn*” suuntaavan kiinnostuksen kohti ymmärrystä siitä miten ihmiset luovat merkityksiä, rakentavat kokemuksia, tietämystä ja identiteettiä kerronnan kautta, pois yleistettävien suhteiden luomisesta abstraktien käsitteiden välille. Kielen noustua organisaatiotutkimuksen keskiöön, diskurssianalyttiset tutkimusotteet, etenkin kriittinen diskurssianalyysi, narratiivinen analyysi ja keskustelun analyysi, ovat yleistyneet organisaatio- ja johtamistutkimuksessa. (Langley & Abdallah 2011; Phillips, Sewell & Jaynes 2008; Vaara 2010.) Alvesson ja Kärreman (2000) esittävätkin suurimman osan laadullisesta tutkimuksesta keskittyvän tavalla tai toisella kieleen. Haastattelut ovat ilmiselvin esimerkki, mutta myös etnografia ja havainnointitutkimus on kiinnostunut organisaation jäsenten välisestä eri tavoin ilmenevästä puheesta.

Whittington (2006) perehtyy artikkelissaan strategiatyöhön, jonka tutkimustraditiossa painotus on ollut individualistinen ja se on keskittynyt mikrotason johtamistoimintaan ja -rooleihin, jättäen laajemmat sosiaaliset ulottuvuudet syrjään. (Kts. myös Tsoukas 1994; Willmott 1997.) Argumentti pätee myös yrittäjyystutkimukseen, josta perinteisesti suuri osa on keskittynyt siihen, kuka on yrittäjä. (De Clercq & Voronov 2009.) Kuitenkin perinteinen ajatus, jonka mukaan yrittäjyys on luontaisesti yksilöllistä, on pikku hiljaa haastettu laajemmalla sosiaalisella ja kulttuurisella yrittäjyyden näkökulmalla, jossa yrittäjyyden käytänteet nähdään yhteenliittyneinä. Yrittäjyys nähdään siis myös osana sosiaalista todellisuutta, joka asettaa mahdollisten toimien rajat. (De Clercq & Voronov 2009.) Doddin ja Andersonin (2007) mukaan käytäntölähtöinen yrittäjyystutkimus keskittyy stereotyyppisen, sankarillisena kuvatun eliittiryhmän edustajien sijaan tarkastelemaan jokapäiväisiä yrittäjyyden aktiviteetteja, jotka tapahtuvat sosiokulttuurisissa prosesseissa osana paikallisia yhteisöjä. Kuitenkin yrittäjyystutkimusta hallitsee yhä edelleen mikrotason analyysi, joka keskittyy yrittäjään yksilönä. (Davidsson & Wiklund 2001.) Käytäntölähtöisen suuntauksen tapaan myös kieleen keskittyvällä tutkimuksella on yrittäjyystutkimuksessa altavastajan asema ja Parkinson ja Howorth (2007, 9) toteavatkin suoraan, että diskurssianalyysia ja kerronnallisia metodeja käytetään yrittäjyystutkimuksessa yhä vähän. (Kts. myös Ahl 2004; Hjort & Steyaert 2004.)

Useat käytäntö- tai kielilähtöiset tutkimusotteet jakavat edellä mainitun todellisuuden sosiaalisen rakentumisen, joka on sosiaalisen konstruktionismin perusolettamuksia. Käsittelen sosiaalisen konstruktionismin käsitettä tarkemmin diskurssianalyysin yhteydessä luvussa 2.3.2, mutta tiivistetysti sillä tarkoitetaan sosiaalisten prosessien roolia tiedon rakentamisessa ja ylläpitämisessä. (Burr 1995.) Tutkimusotteille yhteistä on siis kielen merkitys todellisuuden rakentumisessa samalla kun ne valottavat relationaalisia yhteyksiä, joiden kautta elävän maailman luominen on mahdollista. (Steyaert 2007.) Toisin sanoen kieleen ja puheeseen keskittyvän tutkimusotteen rinnalla kulkee usein siis myös käsitys todellisuuden sosiaalisesta luonteesta, jota voidaan myös kielen avulla tutkia.

Smithin ja Andersonin (2007) mukaan yrittäjyyden prosessiin liittyy paljon epäjatkuvuutta ja muutosta, mikä tekee siitä vaikean paikantaa, luokitella tai ymmärtää yrittäjyyden perustana olevia merkityksiä. Merkityksen tunnistaminen on heidän mukaansa ensimmäinen askel sen ymmärtämiseen. Smithin ja Andersonin mukaan semiotiikka tarjoaa hyödyllisen työkalun yrittäjyyden syvyyden ja laajuuden tutkimiseen juuri merkitysten kautta. Semiotiikalla ei ole usean muun tutkimustavan tapaan yhtä yhtenäistä määritelmää, mutta Barley (1983) määrittelee sen merkkien ja merkkisysteemien tutkimukseksi, jossa kiinnostus kohdistuu periaatteisiin, joilla merkitys ilmenee. Merkityksellä viitataan sekä prosesseihin, joihin tietyn yhteisön jäsenille tapahtumat, sanat, käyttäytyminen ja esineet tuottavat merkitystä sekä sisältöön, jota ne välittävät. Toisin sanoen semiotiikka on tutkimusta siitä, miten viestintä on ylipäättään edes mahdollista, kun kaikki kommunikaatio edellyttää yhteisiä koodeja. Barleyn (1983) mukaan myös kulttuuri on aina muodostettu ja jaettu tarinoiden, myyttien ja symboleiden kautta, joten näihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota. Semiotiikka tarjoaisi siis mielenkiintoisen lähestymiskulman esimerkiksi kasvuyritysten tarkasteluun, sillä niitä yhdistävä ”startup-kulttuuri” on herättänyt kiinnostusta sekä yhteiskunnallisessa että tieteellisessä keskustelussa. Lingvististen tutkimusotteiden mukaisesti semiotiikka pohjaa sosiaaliseen konstruktionismiin.

Toinen lingvistisen tutkimusotteen myötä yleistynyt kiinnostuksenkohde on retoriikka. Spinuzzin (2017) mukaan yrittäjyystutkimuksesta löytyy jopa yllättävän paljon artikkeleita, jotka soveltavat retoriikan välineitä ymmärtääkseen yrittäjän sidosryhmien vakuuttamista

ja toimien legitimointia. Useimmiten retoriikka kuitenkin nähdään huomattavan rajoitetusti. Samoilla linjoilla ovat myös Hartelius ja Browning (2008), jotka toteavat retoriikkaa tulkittavan yleisesti ottaen hyvin kapeasti, ensisijaisesti manipuloinnin ja hallinnan kautta. Green (2004) määrittelee retoriikan eräänlaiseksi instrumentaaliseksi diskurssiksi, jota käytetään vakuuttamaan yleisöä, saavuttamaan luotettavia arvioita ja päätöksiä sekä koordinoimaan sosiaalista toimintaa. Alvesson (2001) toteaa, ettei retoriikka yksinkertaisesti tarkoita vain vakuuttavaa puhetta ollen jonkinlainen vastakohta todellisuudelle tai totuudelle, vaan se viittaa argumentoinnin ja vakuuttamisen keinoihin, joita joskus voidaan ja joskus ei voida, tukea tosiseikoin. Retoriikan kautta toimijat tuottavat ja antavat merkityksiä ja rakentavat sekä identiteettejään että maailmaa. (Green 2004.) Green ja Li (2011) jakavat retoriikan vielä kahteen koulukuntaan, joista klassinen retoriikka keskittyy siihen, miten käytämme sanoja, kun taas uusi retoriikka keskittyy siihen, miten sanat käyttävät meitä. Siinä missä klassinen retoriikka keskittyy kielen vaakuttavuuteen vaikuttamisessa, uusi retoriikka tarkastelee kielen vakuuttavuutta viestinnässä.

Kokemusten sanoittamista ja merkityksellistämistä tarinoiden kautta voidaan puolestaan tutkia narratiivien kautta. Kokemukset ovat tulkintoja todellisuudesta ja siten myös rakentavat sitä. (Riessman 1993.) Fletcherin mukaan (2007) narratiivinen analyysi mahdollistaa tarkastella yrittäjän henkilökohtaista menestystarinaa syvemmin, avaa mahdollisuuden pohtia miksi yrittäjät voidaan yhdistää sekä laajentaa tarkastelua myös muihin konteksteihin. Tämä auttaa tutkimaan kulttuurisen yrittäjyyden luonnetta ja tarjoaa näkemyksiä myös vaikeammin havaittaviin tekijöihin. (Holt & Macpherson 2010.) Raen ja Carswellin (2000, 151) mukaan yrittäjän omaa tarinaa kuullaan kuitenkin vain harvoin lingvistisen tutkimusotteen yleistymisestä huolimatta. Myöhemmin suuntaus on ollut jossain määrin nousujohteisempi (Larty & Hamilton 2011) ja nämä tutkimukset ovat tuoneet esille mahdollisuuksia, joita narratiivitutkimus tarjoaa yrittäjyyden ja sen prosessien käsitteiden laajentamiseksi. (Johansson 2004.) Steyaert (2004) argumentoi narratiivien tarjoavan sekä uusia näkökulmia ja oivalluksia yrittäjyyden proosallisiin tai jokapäiväisiin näkökulmiin sekä uuden ja kriittisen tarkastelukulman myös aiempaan yrittäjyystutkimukseen. Yrittäjyysidentiteetti on hedelmällinen tutkimusalue narratiivitutkimukselle (Johansson 2004), etenkin kun historiallisesti näitä identiteettejä



on hallinnut individuaalisuuden, sankarillisuuden ja maskuliinisuuden diskurssit. (Dodd & Anderson 2007.)

Narratiivitutkimusta ovat soveltaneet esimerkiksi Singh tutkijakollegoineen (2015) sekä Byrne ja Shepherd (2015) tutkiessaan yrittäjien kokemuksia epäonnistumisesta. Byrne ja Shepherd (2015) havaitsivat kahdeksan tarinan kautta kielteisten ja myönteisten tunteiden muodostavan kokonaisuuden, joka yhdessä rakentaa ymmärrystä tilanteesta ja ohjaa päätöksentekoa. Kielteiset tunteet motivoivat ja myönteiset tunteet kertovat pyrkimyksestä ymmärtää. Tunteiden perusteella yrittäjät voivat luonnollisesti tuntea välitöntä epäonnistumista, mutta myös parantaa tulevaisuuden mahdollisuuksiaan. Spinuzzin (2017) mukaan yrittäjän epäonnistumisen kokemuksen tutkiminen on tärkeää, sillä epäonnistuminen vaikuttaa yrittäjyysidentiteetin rakentamiseen. Suuri osa yrittäjistä epäonnistuu, koska yrittäjyys edellyttää riskin ottamista ja täten yrittäjän rakennettava yrittäjäidentiteetti, joka antaa heille mahdollisuuden toipua epäonnistumisesta.

Edellä käsitelty narratiivitutkimus on hyvin lähellä identiteettitutkimusta. Sfardin ja Prusakin (2005) mukaan yksilön oma narrativisointi ja kerronta kuka hän on, yhdistävät identiteetin käsitteen viestinnän toimintaan sisältäen myös omakohtaisen dialogin, eli ajattelun. Identiteettitutkimuksessa tutkijan huomion painopiste on siis ihmisten toiminnassa ja toiminnan taustalla olevissa mekanismeissa. Holland & Lave (2003) tarkentavat identiteetin tarkasteluun liittyvän asenteet, käsitykset ja uskomukset ja että identiteetti eroaa perinteisistä luonteen ja persoonallisuuden käsitteistä sen sosiokulttuurisen luonteen takia. Toisin sanoen identiteetti on luotu ja tosinnettu ihmisten kanssakäymisessä, mikä osoittaa identiteettitutkimuksenkin taustalta löytyvän sosiaalisen konstruktionismin.

Edellä esiteltyjen metodologiiden tapaan diskurssianalyysin taustalla on käytäntölähtöisen ja lingvistisen tutkimusotteen yleistyminen. Johnstone kuitenkin huomauttaa diskurssianalyysin olevan ulottuvuudeltaan paljon laajempi kuin pelkkä lingvistinen tutkimus. Diskurssianalyysi mahdollistaa tiettyjen sosiaalisten maailmojen tarkastelun ja tutkimisen, jolloin tutkijan on kuitenkin mentävä keskustelussa käytettäviä sanoja syvemmälle ja tarkastella kontekstia ja sen implikaatioita kyetäkseen vastaamaan myös syvempiin kysymyksiin, kuten sosiaalisiin suhteisiin tai valta-asetelmiin. (Johnstone 2008.) Achtenhagenin ja Welterin (2007) mukaan viime aikoina diskurssianalyysin

mahdollisuudet yrittäjyystutkimuksen kontekstissa ovat herättäneet muutaman tutkijan kiinnostuksen, mutta toistaiseksi se on ollut vielä vähäistä. Perehdyn diskurssianalyysiin tarkemmin luvussa 2.3, mutta välissä esittelen sukupuolisensitiivisen tutkimuksen taustoja ja mahdollisuuksia etenkin yrittäjyystutkimuksen kontekstissa ja perustelen, miksi sukupuoli on hyvä ottaa tutkimuksessa huomioon.

## 2.2 Sukupuolisensitiivinen tutkimus

Tässä luvussa perehdyn sukupuolisensitiiviseen tutkimukseen, sillä tutkielmani toinen tutkimuskysymys koskee aineistosta representoituvan todellisuuden mahdollista sukupuolittuneisuutta, mitä tarkastelen diskurssianalyysin keinoin.

Sukupuolen huomioiminen tutkimuksessa on verrattain tuore ilmiö ja organisaatiotutkimus onkin pitkään ollut miesten kirjoittamaa, miehiä käsittelevää ja miehille suunnattua. (Clegg, Hardy & Nord 1996.) Toisin sanoen organisaatioiden tutkimusta leimasi, ja leimaa yhä usein, sukupuolisokeus. (Wilson 2001.) Näin on myös yrittäjyyden tutkimuksessa ja muun muassa Stevenson (1990, 339) esitti *”Need for revision - focus on women”* -otsikon alla, että tutkimustarpeita on runsaasti, mikäli tavoitteena on huomioida naisten kokemukset yrittäjyydestä ja yrittäjyyden määritelmästä millään tavalla. Samoilla linjoilla olivat myös Brush ja kumppanit (2009), mutta lähes kaksikymmentä vuotta myöhemmin.

Luku alkaa yleiskatsauksesta sukupuolen määritelmään, joka on keskeinen sen sosiaalisesti rakentuvan luonteen vuoksi. Sen jälkeen esittelen tutkimukseni kannalta keskeistä sukupuolisensitiivistä tutkimusta pohjustaen aihetta organisaatio- ja johtajuustutkimuksella ja siirtyen sitten sukupuolisensitiiviseen yrittäjyystutkimukseen ja sen nykyisiin puutteisiin.

### 2.2.1 Sosiaalisesti rakentuva sukupuolen käsite

Englannin kielessä sukupuolelle on kaksi eri termiä *”sex”* ja *”gender”*. Ensimmäisellä termillä viitataan yksilön biologiseen sukupuoleen. Eckertin ja McConnell-Ginetin (2013) mukaan biologinen sukupuoli määritellään ihmisen anatomisen, endokriinisen ja

kromosomisen taustan perusteella, mutta määritelmän kriteerit ovat sosiaalisesti sidottuja ja ihmisen kokemus omastaan tai toisen sukupuolesta on perimiltään sosiaalinen. Toinen määritelmä sukupuolelle on sosiaaliseksi tai kulttuuriseksi sukupuoleksi kutsuttu englannin kielen termi *"gender"*. Sanan historia ei ole kovinkaan pitkä: 1960-luvun loppupuolella Concise Oxford Dictionaryn sukupuolen määritelmä herätti siinä määrin kritiikkiä radikaalijattelijoiden keskuudessa, että sukupuoli haluttiin irtaannuttaa pelkästä biologisesta kontekstistaan ja jaotella kahteen ulottuvuuteen – *"gender"* ja *"sex"*. (Cameron & Kulick 2003.)

Zimmerman ja West pohtivat sukupuolen sosiaalista luonnetta esitellessään käsitteen *"doing gender"* samannimisessä artikkelissaan vuonna 1987. Kirjoittajien mukaan termi, joka käännettään suomeksi useimmiten suoraan sukupuolen tekemiseksi, tarkoittaa erojen luomista tyttöjen ja poikien sekä miesten ja naisten välille. Erojen, jotka eivät ole luonnollisia, välttämättömiä tai biologisia, mutta joita käytetään alleviivaamaan sukupuolen olennaisuutta. Jos sukupuoli on millään tavalla läsnä, yksilön odotetaan käyttäytyvän joko miehenä tai naisena, sillä lähes kaikki toiminta voidaan määritellä naisille tai miehille luonnolliseksi. (Zimmerman & West 1987.) Eagly & Karau (2002) tuovatkin esille sukupuoliroolien kuvailevat ja velvoittavat normit. Ensimmäinen, eli deskriptiiviset normit kertovat mitä tietyn sosiaalisen ryhmän jäsenet tekevät, kun taas velvoittavat normit tuovat ilmi mitä jäsenten odotetaan tekevän. Velvoittavat normit tuovat siis ilmi yhteiskuntatason odotuksia.

Sara Heinämaan (1996) näkemyksen mukaan koko *"sex"* ja *"gender"* -erottelu pitää sisällään vaikeita filosofisia ongelmia. Hän esittää, että erottelu on perinteisesti tehty sisällöllisen kriteerin, eli *"sex"* erottaa miehen ja naisen fysiologiset piirteet ja *"gender"* sisältää taas sukupuolia erottavat ajattelu- ja käyttäytymispiirteet tai muodolliset kriteerit. Heinämaan mukaan tulkinnat ovat ongelmallisia siksi, että sukupuoli pyritään paikantamaan tietynlaisiin piirteisiin. Heinämaa tarjoaa vaihtoehdoksi Merleau-Pontyn ja Beauvoirin jalostaman fenomenologisen sukupuolikäsityksen, jossa ei pyritä selittämään sukupuolieroa, vaan tutkimaan sen merkitystä. Fenomenologisen sukupuolikäsityksen ydinajatus on, että sukupuoli on toiminnan ja olemisen tyyli, joka ei paikannu mihinkään yksittäiseen ominaisuuteen, tosiasiaan, tekoon tai kokoelmaan, vaan ilmenee tosiasioden ja tekojen, olioiden ja ominaisuuksien välisissä yhteyksissä. Tunnistamme siis ihmisen

mieheksi tai naiseksi hänen tekojensa perusteella, emme fyysisten tai psyykkisten ominaisuuksien perusteella: *”Kyse ei ole siitä, mitä me olemme, vaan miten me olemme.”* (Heinämaa, 1996, 160–161.)

Myös filosofi Judith Butlerin (1990) mukaan sukupuoli on tekemistä, ei olemista. Performatiivisuutta edustavan ajatuksen mukaan sukupuoli ei rakennu naisten ja miesten fyysisten erojen perusteella, vaan ihmiset tulevat sukupuoleltaan tunnistetuiksi tullessaan sukupuolitetuiksi tiettyjen sosiaalisesti hyväksytyjen sukupuolistandardien mukaan. Toisin sanoen rakennamme toistuvalla tekemisellämme sääntöjärjestelmää, jonka kautta luomme kulttuurisesti vakiintuneet eleet, joiden kautta sukupuoli tunnistetaan. Performatiivisuus tarkoittaa siis konkreettista käyttäytymistä, jolla miesten ja naisten esiintyminen sukupuolensa edustajana luo sukupuolien sääntöjärjestelmän.

Hirdmanin (1992) analysoima sukupuolijärjestelmän käsite, *”a gender system”*, tarkastelee miten sukupuoli sosiaalisesti rakentuneena systeeminä määrittää naisten ja miesten olemista ja toimintaa. Se perustuu kahteen dimensioon. Ensimmäinen niistä on dikotomia, eli erottelu. Se merkitsee naisen ja naiseuden selvää erottelua miehistä ja miehisyydestä. Toinen dimensio perustuu hierarkialle: sukupuolet eivät ole arvotettu neutraalisti rinnakkain, vaan miehin asetetaan naiseuden yläpuolelle. Hirdmanin mukaan sukupuolijärjestelmässä mies on käsitteellistetty ihmisen normiksi ja nainen määritellään normista poikkeavaksi sukupuoleksi. Sukupuolijärjestelmä perustuu sen uusinnalle, jota toteuttavat sekä naiset että miehet.

Yksi yhä kasvavista suuntauksista sukupuolen määrittelyssä on intersektionaalinen näkökulma, jonka juuret juontavat 1980-luvulle. Intersektionalistit esittävät, että sukupuolta pitää tarkastella vuorovaikutuksessa muiden sosiaalisten identiteettien, kuten rodun, yhteiskuntaluokan, etnisen taustan sekä seksuaalisen suuntautumisen, kanssa. (Shields 2008). Toisin sanoen sukupuolta ei tulisi edes käsitellä erillisenä tekijänä, sillä se rakentuu aina suhteissa muihin identiteetteihin. Shieldsin mukaan tällainen lähestymistapa heijastaa ennen kaikkea tosielämää. Toisaalta intersektionaalisen näkökulman aito integrointi vaatisi radikaalia muutosta lähestymistavassa tutkimusprosesseihin, sillä muuten se jää useimmiten omaksi itsenäiseksi tekijäkseen.

Tarkastelipa sukupuolen määritelmää ja erilaisia sukupuolisysteemejä mistä näkökulmasta tahansa, toistuva teema on sukupuolen tuottaminen käytänteitä toistamalla ja sukupuolen sosiaalinen sidonnaisuus. Sukupuolen tekemisen on siis sosiaalinen käytäntö, joka myös asettaa ihmiset epätasa-arvoiseen asemaan. Käytäntönä sukupuoli ankkuroi myös muita käytäntöjä. (Bruni et al. 2005.) Sukupuolen käsitteen rakentuminen sosiaalisessa todellisuudessa noudattaa myös sosiaalisen konstruktionismin periaatteita, mihin palaan käsitellessäni diskurssianalyysia luvussa 2.3.2.

### **2.2.2 Sukupuolisensitiivisen tutkimuksen kädenjälki organisaatio- ja yrittäjyystutkimuksessa**

Sukupuolen huomioiminen tutkimuksessa on verrattain tuore ilmiö niin organisaatiotutkimuksessa (Clegg et al. 1996) kuin etenkin yrittäjyystutkimuksessa (Stevenson 1990). Organisaatiotutkimus on ollut pitkään sukupuolineutraalia, tai oikeastaan sukupuolisokeaa. (Acker 1990; Wilson 2001.) Toisin sanoen suurin osa organisaatiotutkimuksesta ei ole huomionut sukupuolta mitenkään; muuttujana, prosessina, sukupuolittuneita valtasuhteita tarkastelevana tai sen vaikutuksia akateemiseen tutkimukseen. (Marshall 1995.) Organisaatiotutkimuksen tavoin myös suuri osa yrittäjyystutkimuksesta on pitkään ollut ”sukupuoletonta”, eli siinä ei ole huomioitu tai otettu kantaa sukupuoleen millään tavalla. (Brush et al. 2009; Pietiläinen 2007; Stevenson 1990.) Stevensonin (1990) mukaan yrittäjyyskirjallisuus on synnyttänyt useita stereotypioita, jotka edelleen vaikuttavat tulkintaan yrittäjien asenteista, odotuksista ja motiiveista. Nämä stereotypiat ovat myös miesten kohdalla usein liian rajallisia, mutta naisten kokemuksia tarkastellessa ne ovat erityisen riittämättömiä. Toisin sanoen naisyrittäjistä tiedetään enimmäkseen miehiin keskittyneen tutkimuksen perusteella. Mooren ja Buttnerin (1997) mukaan naisyrittäjistä ei tiedetty mitään vielä 1980-luvun alkupuolellakaan.

Tarkasteltaessa koko organisaatiotutkimuksen historiaa, tieteellistä liikkeenjohtoa (*scientific management*) pidetään ensimmäisenä teoreettisena viitekehyksenä organisaatioiden ymmärtämiselle. (Harisalo 2008.) Tieteellisen liikkeenjohdon juuret ulottuvat 1900-luvun alkuun, jolloin teräsyhtiössä työskennellyt insinööri Frederick W.

Taylor esitteli kehittämänsä teorian, jonka keskiössä työntekijöiden fyysiset kyvyt ja työolosuhteiden tutkimisen tärkeys tehokkuuden optimoimiseksi. (Kanter 1993; Harisalo 2008.) Kanterin (1993) mukaan tieteellinen liikkeenjohto määritteli johtajan rationaaliseksi, analyyttiseksi, tunteet sivuun siirtäväksi ongelmanratkaisijaksi ja päätöksentekijäksi. Hän puhuu maskuliinisesta etiikasta (*masculine ethic*), joka korostaa miehisten piirteiden välttämättömyyttä tuloksekkaassa johtamisessa. (Kts. myös Acker 1990.) Myös yrittäjyyttä pidetään hyvin maskuliinisena ja mieslähtöisenä konseptina, jossa sekä mittarit, asenteet että teoria ovat maskuliinisesti sukupuolittuneita. (Ahl 2002; Bruni et al. 2005; Stevenson 1990.)

Sukupuolen huomioivan organisaatio- ja johtajuustutkimuksen juuret juontavat 1970-luvulle. (Alvesson & Billing 1992; Wilson 2001.) Alvesson ja Billing (1997) esittävät sukupuolisensitiivisen organisaatiotutkimuksen lähtevän perinteisesti liikkeelle miesten ja naisten asemien vertailusta. Esimerkkeinä he mainitsevat perinteiset aiheet palkkaeroista, naisten vähäisestä määrästä ylimmässä johdossa sekä palkattomien töiden, mm. kotityöt, painottumisesta naisten vastuulle. Epäoikeudenmukaisuus ja tuottava johtaminen ovat heidän mukaansa kaksi päämotivaattoria sukupuolen ja johtamisen tutkimiseen. Northouse (2001) ryhmittelee naisia ja johtajuutta käsittelevän tutkimuksen puolestaan kolmeen pääaiheeseen: 1) Ovatko naiset kykeneviä johtajiksi? 2) Eroavatko naisten ja miesten johtamiskäytännöt? ja 3) Miksi vain harvat naiset ovat edenneet ylimpään johtoon? Sukupuolisensitiivinen organisaatiotutkimus saa myös kritiikkiä siitä, että sen keskiössä on lähinnä johtajuus ja naisjohtajat. Ongelmalliseksi tämän tekee se, että näin sukupuolen huomioiva tutkimus koskee verrattain pientä joukkoa naisia ja suurin osa, eli he jotka eivät ole johtajia tai sellaisiksi edes halua, jäävät tutkimusten ulkopuolelle kokonaan tai ainakin sivuosaan. (Alvesson & Billing 1992.)

Vehviläinen (2004) esittää sukupuolen huomioivan tutkimuksen olevan usein yhteydessä tahtotilaan muuttaa olemassa olevia sukupuolen ja vallan suhteita. Tavoitteena on usein naisille epäedullisten valtasuhteiden purkaminen ja naisten toimijuuden edistäminen. Myös Lämsän ja kumppaneiden (2007) mukaan sukupuolisensitiivisen tutkimuksen teoreettismetodologiset tulokulmat vaihtelevat, mutta taustalla on usein feministinen painotus joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti. Feministisesti painottuneen tutkimuksen tavoitteena on epäkohtien tunnistaminen ja korjaaminen. Samoilla linjoilla on myös

Pietiläinen (2007) yrittäjyystutkimuksen suhteen, sillä hänen mukaansa sukupuolen huomioiva yrittäjyystutkimus on pitkäksi aikaa jäänyt vain naisyrittäjyystutkimuksen asiaksi.

Useiden tutkijoiden mukaan naisyrittäjyyttä koskevan tutkimuksen voi katsoa jakautuvan viiteen aihealueeseen. (Bruni et al. 2004; Ahl 2002; Monaci 1997.) Näistä ensimmäinen on 1) naisyrittäjyyden ”kasvatusalueet”, jolla viitataan siihen, että suurin osa naisyrittäjistä toimii palvelualalla, jossa suurin osa naisista myös työskentelee, eli se on hyvin perinteinen naissektori. Naisten keskittymistä palvelutoimintaan on perusteltu sillä, että siitä heillä on kokemusta, koska naisilla ei usein ole tarvittavia teknisiä taitoja korkean teknologian aloille ja koska heille rahoituksen hankkiminen on vaikeampaa ja palvelualalla pääoman tarve ei ole niin merkittävä. Toinen tutkittu aihealue on 2) naisyrittäjyysmallit, jossa tavoitteena on laatia naisyrittäjien tyypit. Kolmantena ja erittäin suosittuna aiheena on 3) naisyrittäjyyden esteet, josta useimmissa länsimaisissa toteutetuissa tutkimuksissa on tunnistettu kolme tekijää: ensimmäisenä naisten sosiokulttuurinen asema ja päävastuu perheestä, toiseksi tiedon ja verkostojen puute tai niistä ulkopuoliseksi jääminen ja viimeiseksi pääoman saamisen vaikeus. Neljäntenä päätutkimusalueena on 4) naisyrittäjien motiivit, jotka usein jakautuvat pakottaviin ja houkutteleviin muuttujiin ja viimeisenä 5) organisatoriset ja johtamisen menetelmät, eli niin kutsuttu naisyrittäjien ”yrittäskulttuuri”, jolla tarkoitetaan naisten perustamien ja ylläpitämien yritysten erityispiirteiden tarkastelua, joista klassisin esimerkki on naisten transformatiivinen johtamistapa, joka perustuu positiiviseen vuorovaikutukseen ja luottamukseen. (Bruni et al. 2004.)

Kieleen keskittyvän tutkimuksen näkökulmasta naisyrittäjyydestä ja -johtajuudesta kiinnostunut tutkimus sai ensi kerran jalansijaa tieteellisessä keskustelussa 1980-luvulla. (Bruni et al. 2005.) Erikssonin ja Pietiläisen (2001) mukaan yrittäjyyttä ja sukupuolta tarkastellaan diskurssianalyysissä useimmiten tasa-arvodiskurssin kautta ja lähtökohtana on tällöin ollut ajatus, että molemmille sukupuolille tulisi taata samanlaiset lähtökohdat yrittäjyyteen. Tasa-arvodiskurssi on suosittu lähestymistapa kaikessa naistutkimuksessa, niin naisyrittäjyys- kuin johtajuustutkimuksessa, ja sen taustalla on usein feministinen painotus ja halu muuttaa vallitsevia valtasuhteita. (Vehviläinen 2004.) Tällöin

tutkimusmetodiksi usein valitaan kriittinen diskurssianalyysi, jota käsittelen enemmän luvussa 2.3.3, sillä se keskittyy nimenomaan tuomaan näkyväksi vallitsevat valtasuhteet.

Henryn ja tutkijakumppaneiden mukaan naisyrittäjyyskirjallisuus on kehittynyt merkittävästi viime vuosikymmeninä ja heidän mukaansa sen painopiste on siirtynyt kuvailevasta tutkimusotteesta, josta puuttuu selkeä teoreettinen fokus, kohti tutkimusta, jossa on selkeä pyrkimys istuttaa se osaksi käsitteellistä kehystä. Kuitenkin hekin esittävät suurimman osan tutkimuksesta joka kattaa sekä yrittäjyyden että sukupuolen, keskittyvän teemoihin, joissa tarkastellaan sukupuolta vertaillen nais- ja miesyrittäjien ryhmiä. He huomauttavat, että vaikka tällaiset tutkimukset edistävät ymmärrystä naisyrittäjyydestä, nykyinen tutkimustraditio saattaa edistää sukupuoleen perustuvaa käsitystä, jonka mukaan naisyrittäjät ovat alempiarvoisia kuin miesyrittäjät, mikä ylläpitää ja toistaa feminiinistä alemmuutta. (Henry et al. 2015.) Tätä tukee edellisessä luvussa käsittelemäni Hirdmanin (1992) sukupuolijärjestelmän käsite (*gender system*), joka perustuu dikotomialle ja hierarkialle, eli sukupuolten erottelulle sekä miehisyyden arvottamisesta naiseuden yläpuolelle.

Edellä esitetyn kritiikin lisäksi naistutkimuksen ongelmana voidaan pitää sen keskittymistä naissukupuoleen ja -yrittäjyyteen, johon jo itse termi naisyrittäjyystutkimus viittaa. Yrittäjyyden konnotaatio on maskuliininen ja yrittäjyydelle miehisuus ja miesyrittäjyys ovat normi, josta naiseus ja naisyrittäjyys poikkeaa. (Bruni et al. 2005.) Aivan kuten Hirdmanin (1992) sukupuolijärjestelmän käsitteessäkin. Engelbergin (2016) mukaan ihmisviittausten odotusarvoinen sukupuoli, eli konnotaatio, paljastuu esimerkiksi silloin, kun nimityksen konnotoima sukupuoli ei vastaa tapauksen sukupuolta, jolloin usein termin eteen lisätään tarkentava sukupuolimääre, esimerkiksi naisyrittäjyys. Tästä syystä tutkielmani edustaa nimenomaan sukupuolisensitiivistä yrittäjyystutkimusta, eikä naisyrittäjyystutkimusta, sillä haluan tutkimusta tehdessäni huomioida sukupuolen, en rakentaa sukupuolten välistä dikotomiaa tai hierarkiaa.

Koska yrittäjyyttä ovat perinteisesti hallinneet maskuliinisuuden, individualistisuuden ja sankarillisuuden diskurssit (Dodd & Anderson 2007), yrittäjyysidentiteetin tarkastelu narratiivisella tutkimuksella on erittäin otollinen tutkimusalue (Johansson 2004). Individualistinen ja maskuliininen sankariyrittäjä synnyttää stereotypioita, jotka



vaikuttavat tulkintaan yrittäjien asenteista, odotuksista ja motiiveista. (Stevenson 1990.) Siksi yrittäjyystutkimuksessa on tarkasteltava käytäntöjä ja sukupuoleen perustuvia yksilöllisiä tarinoita, jotka rakennetaan sosiaalisten prosessien kautta. (Bruni et al. 2005.) Keerfoot ja Knights (1998) muistuttavat, että sukupuolen ollessa yksi tarkastelukohdista, tutkijan tulee tehdä oletuksia sukupuolirooleista kyseisessä kulttuurissa, jotta sitä voidaan tarkastella analyttisesti. Näiden oletusten tekeminen tunnistaen ja tunnustaen samalla sukupuoli-identiteettien moninaisuus ja vaihtelevuus ajassa ja kontekstissa johtaa herkkään tasapainoon liiallisen yleistämisen riskin sekä mahdollisuuden arvokkaan ymmärryksen rakentamiseen välille. (Keerfoot & Knights 1998). Nähdäkseni kieli tarjoaa keinon havaita ja päästä käsiksi sukupuolittuneeseen todellisuuteen huomioiden sen sensitiivisyyden ja moninaisuuden, sillä diskurssit soveltuvat hyvin myös nopeasti muuttuvan ja dynaamisen ympäristön analysoimiseen, sillä ne tarjoavat työkalun päästä käsiksi näihin liukkaisiin ja muuttuviin ilmiöihin. (Phillips & Hardy 2002.)

## 2.3 Diskurssia tutkimassa

Diskurssin käsitettä ei voi määritellä yksiselitteisen tyhjentävästi, sillä termiä diskurssi käytetään kuvaamaan hyvin erilaisia merkityksiä. Sitä voidaan käyttää kuvaamaan sosiaalisuuden elementtiä, yksittäistä hetkeä tai diskurssi voidaan ymmärtää substantiivina, jolla viitataan tiettyyn diskurssiin (esim. johtamisdiskurssi). Konkreettisimmillaan diskurssi viittaa tiettyihin puhutun interaktion tilanteisiin. Diskurssintutkijan tulee itse tietoisesti valita ja perustella mitä hän diskurssilla tarkoittaa. (Pynnönen 2013.) Perehdyn diskurssin määritelmiin tarkemmin kappaleessa 2.1.1, jossa kokoon muutamien keskeisten diskurssitutkijoiden ajatukset oman tutkielmani pohjaksi.

Diskurssin ollessa jo käsitteenä moniulotteinen, sen analysoimiselle ei luonnollisesti ole olemassa vakiintuneita sääntöjä ja käytänteitä, vaan diskurssianalyysistä on olemassa useita versioita (Van Dijk 1997). Moni muu laadullinen tutkimustapa voi sisältää vaikutteita diskurssianalyysistä. Toisaalta esimerkiksi Phillips & Hardy (2002) ovat pohtineet myös niitä tekijöitä, jotka erottavat diskurssianalyysin muista laadullisista tutkimusmenetelmistä. Perinteiset laadulliset menetelmät useimmiten olettavat

sosiaalisen todellisuuden annetuksi ja pyrkivät ymmärtämään todellisuuden tuottamia merkityksiä. Diskurssianalyysi taas pyrkii selvittämään miten sosiaalisesti tuotetut ajatukset, oletukset ja asiat ovat syntyneet, miten ne ovat eläneet ajassa ja miten niitä pidetään yllä. Toisin sanoen siinä missä muut laadulliset menetelmät pyrkivät ymmärtämään tai tulkitsemaan sosiaalisen todellisuuden sellaisena kuin se on, diskurssianalyysin tavoitteena on paljastaa ja analysoida tapaa, jolla se on tuotettu. Diskurssianalyysin ominaispiirteisiin, sen vahvuuksiin ja heikkouksiin paneudun lähemmin luvussa 2.3.2.

### **2.3.1 Diskurssin käsite**

Ranskalaisen filosofi Michel Foucaultin (2005) mukaan diskurssi on sarja puheen selontekoja, joita yhdistävät samat säännöt ja merkitykset. Diskursseiksi muotoutuneiden sääntöjen ja merkitysten joukot edustavat erilaisia sosiaalisia todellisuuksia. Jokainen selonteko kuuluu johonkin diskursiiviseen muodostelmaan ja toisaalta luo diskurssin säännöt ja merkitykset. Diskurssit voidaan erotella, luokitella, asettaa vastakkain ja johtaa toinen toisestaan.

Phillips & Hardy (2002) määrittelevät diskurssin hieman käytännönläheisemmin joukoksi toisiinsa kytkeytyneitä tekstejä sekä käytännöt niiden tuottamiseksi, levittämiseksi ja vastaanottamiseksi. Teksti voi olla eri muodossa kirjoitettuna, puhuttuna, kuvina, symboleina, artefaktoina, jne. Heidän mukaansa sosiaalista vuorovaikutusta ei voi täysin ymmärtää ilman diskursseja, jotka antavat niille merkityksen. Toisin sanoen sosiaalinen todellisuus rakentuu diskurssien kautta.

Faircloughin (2003) keskeinen ajatus diskurssin käsitteestä on kielen irrottamaton osuus sosiaalisesta elämästä. Hän esittää diskurssit tavaksi hahmottaa erilaisia näkökulmia maailmaan. Hän jakaa maailmat kolmeen osaan näkökulmineen: fyysinen maailma ja sen prosessit, vaikutussuhteet ja rakenteet, henkinen maailma ajatuksineen, tunteineen ja uskomuksineen sekä ympäröivä sosiaalinen maailma. Diskurssit ovat siis erilaisia näkökulmia maailmaan ja todellisuuteen. Faircloughin mukaan kieli rakentaa todellisuutta sen sijaan, että se paljastaisi jotain objektiivisesta todellisuudesta. Burr (1995) taas esittää

diskurssin eräänlaiseksi käsitteelliseksi taustaksi, jota vasten ilmaisujamme tulkitaan ja ymmärretään. Diskurssit siis luovat kehyksen ihmisten väliselle keskustelulle.

Diskurssit eivät ole keskenään samanarvoisia, vaan niillä on sosiaalisesti ja yhteiskunnallisesti rakentunut hierarkkinen järjestys. Tätä järjestyksestä käytetään termiä diskurssijärjestys. Tietyn sosiaalisen osa-alueen diskurssijärjestys rakentuu kaikista niistä diskurssityypeistä, joita siinä käytetään. Tämä järjestys ei ole pysyvä, vaan elää ajassa. (Fairclough 2003.) Pynnösen (2013) mukaan tietty diskurssi järjestää kielellistä ainesta tietyn laajemman yhteiskunnallisen tilanteen logiikan mukaisesti. Yksi diskurssi siis luo yhdenlaista todellisuutta ja diskurssit voivat keskenään olla toisiaan kumoavia.

Diskurssia voidaan lähestyä useasta kulmasta, kuten edellisistä määritelmistä käy ilmi. Yhteistä määritelmille on kuitenkin diskurssin yhteys sosiaaliseen todellisuuteen. Diskurssit sekä rakentavat sosiaalista todellisuutta että rakentuvat sosiaalisessa interaktiossa.

### **2.3.2 Diskurssianalyysi**

Diskurssianalyysi pohjautuu sosiaaliseen konstruktionismiin, mitä voikin pitää diskurssianalyysiin teoreettismetodologisena viitekehyksenä. (Phillips & Hardy 2002; Burr 1995; Pynnönen 2013.) Burrin (1995) mukaan sosiaaliselle konstruktionismille ei ole yksioikoista määritelmää, mutta yhteisiä piirteitä määritelmässä ovat kriittinen suhtautuminen itsestään selvänä pidettyyn todellisuuteen, sosiaalisten prosessien rooli tiedon ylläpitämisessä sekä tiedon ja sosiaalisen toiminnan välinen yhteys. Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen onkin sosiaalisen konstruktionismin perusolettamuksia. Ja sosiaalinen todellisuus taas tuotetaan ja tehdään näkyväksi diskurssien kautta. (Pynnönen 2013.)

Syvemmin tarkasteltuna konstruktivismin voi jakaa vielä alakategorioihin – Smith ja Anderson (2007) jakavat konstruktivistiset lähestymistavat kuuteen erilaiseen, joskin erot ovat hienoiset.

Taulukko 1. Konstruktivistiset lähestymistavat (Smith & Anderson 2007, 189.)

<u>Asennoituminen</u>	<u>Painotus</u>
<b>Radikaali konstruktivismi</b>	Tapa, jolla yksilöiden mielet rakentavat todellisuutta.
<b>Konstruktioismi</b>	Miten mieli rakentaa todellisuutta systemaattisissa suhteissa ulkoiseen maailmaan.
<b>Sosiaalinen konstruktivismi</b>	Miten mieli rakentaa todellisuutta suhteessa maailmaan, mutta sosiaalisten suhteiden kautta.
<b>Sosiaalinen representaatio</b>	Tukeutuu laajoihin sosiaalisiin sopimuksiin.
<b>Sosiaalinen konstruktioismi</b>	Käyttää diskurssia välineenä, jonka kautta jäsentee itsensä ja maailman, ja miten ne toimivat sosiaalisissa suhteissa.
<b>Sosiologinen konstruktioismi</b>	Ymmärrys siitä miten itseen ja maailmaan vaikuttaa sosiaalisten rakenteiden voima.

Radikaalilla konstruktivismilla tapaa, jolla yksilöiden mielet rakentavat todellisuutta, kun taas konstruktioismi keskittyy siihen, miten mieli rakentaa todellisuudessa suhteessa ulkoiseen maailmaan ja sosiaalinen konstruktivismi lisää edelliseen vielä sosiaaliset suhteet. Sosiaalinen representaatio puolestaan tukeutuu laajoihin sosiaalisiin sopimuksiin ja diskurssianalyysin viitekehys sosiaalinen konstruktioismi käyttää diskurssia välineenä itsensä ja maailman jäsentämiseen ja siihen miten ne toimivat sosiaalisissa suhteissa. Viimeisenä sosiologinen konstruktioismi kuvaa ymmärrystä siitä miten sosiaaliset rakenteet vaikuttavat itseen ja ympäröivään maailmaan. Smith ja Anderson huomauttavat, että termejä käytetään yleisesti rinnakkain ja joskus jopa virheellisesti. Lähestymistavoille keskeisen ja yhtenäisen argumentin mukaan ihmisen toiminnasta johtuva ilmiö ei synny luonnostaan, vaan sen muodostavat sosiaaliset, historialliset ja kulttuuriset kontekstit. Viime kädessä todellisuus on tuntematon lukuun ottamatta sen

välitöntä ilmiötä. Siten ei siis ole yhtä todellisuutta, vaan useita, sosiaalisesti konstruoituja todellisuuksia. (Smith & Anderson 2007.)

Diskurssianalyttisessä tutkimuksessa tarkastellaan sosiaalisen todellisuuden rakentumista kielellisten prosessien kautta. Kielenkäyttöä tarkastellaan tekemisenä, joka muotoutuu sosiaalisissa prosesseissa sekä rakentaa samalla sosiaalista todellisuutta. Diskurssin irrottamista tästä laajemmasta kontekstista pidetään mahdottomana ja siksi diskurssianalyysi ei ole kiinnostunut itse kielestä omana abstraktina systeeminään, vaan nimenomaan tekemisenä sosiaalisissa prosesseissa, jotka rakentavat sosiaalista todellisuutta. (Pynnönen 2013; Jokinen et al. 2002.) Foucaultin (2005) mukaan diskurssianalyysissä pohditaan, minkälaisen sääntöjen ja merkitysten mukaan puheen selonteko muodostuu. Pynnönen (2013) tarkentaa diskursiivisten lähestymistapojen pyrkivän ensin tunnistamaan diskurssit ja sitten analysoimaan miten jokin asia sanotaan ja millaiseksi se silloin jonkin asian tai ilmiön tuottaa.

Diskurssin käsitteen vakiintumattomuus johtaa diskurssianalyysin moninaisuuteen. Myös Phillips ja Hardy (2002) summaavat diskurssianalyysin haasteeksi kokonaisuuden monimutkaisuuden ja epämääräisyyden. Tekstin, kontekstin ja diskurssin yhteenpunominen hyvin subjektiivisella ja reflektiivisellä tutkimusmenetelmällä on haaste jokaiselle tutkijalle. Jokisen (1999) mukaan tekstien tai puheen sijaan joskus analyysin keskiöön nouseekin irrallisiksi oletetut mentaaliset prosessit ja objektiiviset faktat. Diskurssia ei kuitenkaan saisi sekoittaa tai suhteuttaa psykologisiin toimiin, kuten yksilön asenteisiin tai aikomuksiin. Diskurssin keskiössä tulee säilyttää puhe itsessään ja siinä ilmenevät säännöllisyyden muodot ja suhteet. (Foucault 2005.)

Toisaalta diskurssianalyysi mahdollistaa täysin erilaisia lähestymiskulmia verrattuna muihin kvalitatiivisiin tutkimusmenetelmiin. Phillipsin ja Hardyn mukaan diskurssianalyysi tarjoaa tavan tutkia sosiaalisen konstruktionismin dynamiikkaa, joka tuottaa erilaisia luokkia ja niiden rajoja. Sosiaalisen konstruktionismin prosessien kautta rakentuva ja usein itsestään selvänä pidetty sosiaalinen todellisuus on kasvanut suosituksi tutkimussuuntaukseksi, jonka tutkimiseen diskurssianalyysi soveltuu hyvin, sillä se mahdollistaa tiedon ja vallan välisen suhteen analysoinnin. Diskurssit soveltuvat hyvin myös nopeasti muuttuvan ja dynaamisen ympäristön analysoimiseen, sillä ne tarjoavat työkalun päästä käsiksi näihin liukkaisiin ja muuttuviin ilmiöihin. (Phillips & Hardy 2002.)

Diskurssianalyysi tarjoaa perinteisempien tutkimusmetodien rinnalle myös uudenlaisen tavan tutkia ilmiötä moniulotteisemmin. Diskurssianalyysin heikkous, eli sen lakea ilmenemismuoto, voidaan siten nähdä myös vahvuutena. Pynnönen (2013) nostaa esille myös diskurssianalyysin mielenkiintoisen luonteen, sillä koko diskurssia ei voi koskaan tutkia kokonaisuudessaan, huolimatta aineiston koosta. Täten tutkimus on aina tietoisesti vajaa ja keskeneräinen.

## 2.4 Teorian yhteenveto

Ahlin (2002) mukaan kieli ympäröi ja mahdollistaa yksilön ajatella, tuntea ja kuvitella tekevänsä. Toisin sanoen kieli sanoittaa kokemuksiamme ja olemistamme. Butler (1997, 1) pohtii kielen asemaa ja valtaa seuraavasti:

*“When we claim to have been injured by language, what kind of claim do we make? We ascribe an agency to language, a power to injure, and position ourselves as the objects of its injurious trajectory. We claim that language acts, and acts against us, and the claim we make is a further instance of language, one which seeks to arrest the force of the prior instance. Thus, we exercise the force of language even as we seek to counter its force, caught up in a bind that no act of censorship can undo. Could language injure us if we were not, in some sense, linguistic beings, beings who require language in order to be? Is our vulnerability to language a consequence of our being constituted within its terms?”*

Butlerin mukaan annamme kielen loukata meitä ja asettaudumme loukkauksen kohteeksi. Syytämme kielen toimivan meitä vastaan ja vastauksena vaadimme uutta kieltä, joka pyrkii pidättämään edeltävän voiman. Niinpä siis käytämme kielen voimaa torjuaksemme sen voiman. Butler pohtii, voisiko kieli edes loukata meitä, jos emme olisi jollain tapaa kielellisiä olentoja, jotka tarvitsevat kieltä ja että onko haavoittuvuutemme kielen suhteen seurausta siitä, että meidät on muodostettu sen ehdoista. Kielen merkitys itsemme, maailman ja ilmiöiden ymmärtämisessä on siis hyvin keskeisessä asemassa, mutta silti yrittäjyystutkimuksessa lingvistinen käänne on toistaiseksi ollut vielä huomattavasti

vaatimattomampi kuin organisaatiotutkimuksessa yleisesti, ja diskurssianalyysin ja kerronnallisten metodien mahdollisuuksia on hyödynnetty vielä vähän. (Parkinson & Howorth 2007.)

Kielen asema on erityisen kiinnostava etenkin sukupuolisensitiivisen tutkimuksen näkökulmasta, sillä kuten Ahl (2002) huomauttaa, ihmiset hyödyntävät kieltä ja olemassa olevia diskursseja identiteettinsä rakentamiseen. Yksilö luo useita eri identiteettejä riippuen ympäröivistä olosuhteista ja tilanteesta läsnä ja vallalla olevista diskursseista. Tämä on keskeistä sukupuolisensitiiviselle yrittäjyys- tai johtajuustutkimukselle, sillä niissä tarkastellaan useampaa kuin yhtä identiteettiä. Diskurssianalyysi mahdollistaa siis yrittäjyyden ja sukupuoli-identiteetin samanaikaisen tarkastelun sekä antaa välineet ymmärtää millaista todellisuutta aineisto rakentaa ja sen mahdollista sukupuolittuneisuutta.

Sukupuolisensitiivisyys osana yrittäjyystutkimusta on tärkeää, sillä kuten luvussa 2 käsittelen, tutkimus on pitkään ollut sukupuolisokeaa. (Wilson 2001.) Tämä jättää ymmärryksemme yrittäjyydestä hyvin vajavaiseksi. Monien tutkijoiden mukaan yrittäjyys on myös mieskeskeistä (Esim. Clegg et al. 1996) ja se voi olla suorassa ristiriidassa naiseuden kanssa: Ahlin (2002) mukaan naiseuden ja yrittäjyyden diskurssit ovat keskenään ristiriitaiset, joten jakaessaan sekä naiseuden että yrittäjyyden, yksilö joutuu kahden diskurssin ristiriitaan. Lisäksi on merkityksellistä huomioida, että valtaosa tästä suhteellisen vähäisestä sukupuolen huomioivasta yrittäjyystutkimuksesta on keskittynyt nimenomaan naisyrittäjyyteen. (Vehviläinen 2004.) Hieman nurinkurisesti tämä on nähdäkseni saattanut tulla jopa vahvistaneeksi yrittäjyyden hegemonista maskuliinisuutta, johon perehdyn sukupuolittuneen diskurssin yhteydessä luvussa 4 ja perustelen argumenttiani lisää luvussa 5. Viittaan havainnollani miehisyyden ja maskuliinisuuden pitämisenä normina, josta naiseus ja feminiinisyys eroaa. (Ahl 2002; Bruni et al. 2005; Stevenson 1990.)

Sen lisäksi, että diskurssianalyysia ja kerronnallisia metodeja on hyödynnetty yrittäjyystutkimuksessa vähän (Parkinson & Howorth 2007), yrittäjän omaa tarinaa kuullaan vain harvoin lingvistisen tutkimusotteen yleistymisestä huolimatta (Rae & Carswell 2000), vaikka yrittäjyysidentiteetin tarkastelu narratiivisella tutkimuksella on

erittäin otollinen tutkimusalue (Johansson 2004), etenkin kun yrittäjyyttä ovat perinteisesti hallinneet maskuliinisuuden, individualistisuuden ja sankarillisuuden diskurssit (Dodd & Anderson 2007). Myös Steyaert (2004) argumentoi narratiivien tarjoavan sekä uusia näkökulmia ja oivalluksia yrittäjyyden proosallisiin tai jokapäiväisiin näkökulmiin sekä uuden ja kriittisen tarkastelukulman myös aiempaan yrittäjyystutkimukseen. Tutkielmani eroaakin yrittäjyystutkimuksen perinteisestä tutkimustraditiosta tarkastelemalla yrittäjyyttä näiden itse kertomien tarinoiden pohjalta ja ottaen huomioon myös sukupuolen.

### 3. Metodologiset valinnat

Esittelen tässä luvussa tutkimusprosessini etenemisen, perustelen metodologiset valintani sekä esittelen tutkimusaineistoni. Koska diskurssianalyysi on sekä tutkimusmetodini että osa tieteellistä viitekehystä, käsittelen sen syvällisemmin jo luvussa 2.3 osana teoreettista viitekehystä ja tässä luvussa keskityn perustelemaan ja kuvaamaan tutkimusprosessiani. Lopuksi tarkastelen analyysini uskottavuutta.

#### 3.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Laadullisessa tutkimuksessa on kyse ihmisten kokemusten kuvaamisesta ja selventämisestä, siten kuin ne yksilön elämässä ilmenevät. (Polkinghorne 2005.) Ontologisesti tutkielmani jakaa konstruktionismin periaatteet, eli ajatuksen sosiaalisen maailman rakentumisesta subjektiivisesti yksilöiden käsitysten ja kokemusten pohjalta. Epistemologia, joka tarkastelee tiedon yleistä luonnetta, laajuutta ja alkuperää, jakautuu myös subjektivismiin ja objektivismiin, joista tutkielmani jakaa subjektivismin periaatteet, joiden mukaan tietoa sosiaalisesta maailmasta ei voida tutkia objektiivisesti, eikä objektiivista tietoa edes ole, sillä tieto on jokaisen omaa ja vaihtelee näin yksilöllisesti. (Burrell & Morgan 1979.) Tutkielmani subjektiivinen näkökulma ontologian ja epistemologian osalta selittyy diskurssianalyysin sosiaalisen konstruktionismin perusajatuksella, kuten käsittelen luvussa 2.



Metodologian valintaa ja metodologiaa voidaan puolestaan tarkastella nomoteettisesta tai ideografisesta kulmasta. (Burrell & Morgan 1979.) Siinä missä nomoteettinen tiede nojaa kausaaliteettiin ja pyrkii tuottamaan lainalaisuuksia ja yleisiä säännönmukaisuuksia tutkimuskohteestaan, ideografinen tiede puolestaan pyrkii yksityiskohtaiseen ja syvään ymmärrykseen. (Welch et al 2011.) Kuten Hanna Vilkkä (2014, 78) toteaa, laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole löytää totuutta, vaan paljastaa jotakin, mikä on välittömän havainnoinnin ulottumattomissa. Hän tiivistää laadullisen tutkimuksen seuraavasti:

*” Laadullisella tutkimusmenetelmällä tehdyssä tutkimuksessa tarkastellaan merkitysten maailmaa, joka on ihmisten välinen ja sosiaalinen. Merkitykset ilmenevät suhteina ja niiden muodostamina merkityskokonaisuuksina.”*

Tutkimusaineistoa voidaan kerätä monin eri keinoin ja Faircloughin (1992) mukaan kaikki kielenkäytön muodot soveltuvat diskurssianalyysin keinoin analysoitavaksi. Luonnollisiksi aineistoiksi kutsutaan materiaalia, joka on syntynyt tavallisen vuorovaikutuksen ja arkipäiväisen elämän tekstillisenä seurauksena, eikä sitä ole varta vasten tuotettu tutkimuskäyttöä varten. (Potter 2004.) Vaikka diskurssianalyysi on aineistonvalinnan kannalta monipuolinen ja sitä voidaan hyödyntää niin puheen kuin tekstin analysointiin, puhtaimmillaan diskurssianalyysissä kuitenkin suositaan juuri luonnollisesti syntyneitä aineistoja, eikä tutkimustarkoitukseen itsessään tuotettua materiaalia. (Juhila & Suoninen 1999; Potter 2004.) Toisaalta tutkijalla on usein jokin erityinen kysymys mielessään ja todennäköisesti silloin hän kokee hyödylliseksi koota aineistoa haastattelujen muodossa. (Cassell & Symon 2004.)

Elämänkerrat, joihin käyttämäni tutkimusaineistoa voidaan jossain määrin verrata, kuvaavat henkilön elämää siten kuin tämä on sen itse kokenut ilman vuorovaikutusta, joka syntyy haastateltavan ja haastattelijan välille. Tutkija ei myös ole osallisena aineiston jäsentämisessä, vaan tutkittava on tehnyt sen jo. (Vilkkä 2014.) Toisaalta elämänkerrat ovat fiktiota, jonka tuottamisessa on aina jonkinlainen motiivi. Autenttisimpana ja siten luotettavimpana elämänkerrallisena aineistona voidaan pitää vain omaan käyttöön tarkoitettuja päiväkirjoja. (Grönfors 1985.) Fiktiivisyyttä ei kuitenkaan laadullisen tutkimuksen näkökulmasta pidetä erityislaatuisena ongelmana, sillä elämänkerrat

paljastavat tekijälleen yhdenlaisen merkityksellisen todellisuuden fiktionakin. (Eskola & Suoranta 1998.) Tutkimusaineistoni tarinat eivät ole siinä mielessä elämänkertoja, että ne olisivat syntyneet tutkittavien omasta ajatuksesta ja halusta kirjoittaa tarinansa, vaan kirjan kirjoittajat ovat halunneet koota yrittäjien tarinoita yksiin kansiin. Osa tutkittavista on kirjoittanut oman tekstinsä itse ja osan ovat kirjoittaneet kirjan tekijät. Minulla tutkimusentekijänä ei kuitenkaan ole ollut minkäänlaista osuutta tarinoiden tuottamiseen tai kysymysten asetteluun ja siten on mielekästä verrata aineistoa elämänkertoihin.

Huolimatta siitä miten tutkimusaineisto on kerätty, diskurssianalyysi ei koskaan ole objektiivista, eikä sitä voi irrottaa tutkijastaan, mikä tulee ottaa tutkimuksen tekemisessä huomioon. (Wetherell, Simeon & Yates 2001.) Nähdäkseni tutkimusta varta vasten tuotetulla aineistolla, esimerkiksi haastatteluilla, tullaan kuitenkin helposti vahvistaneeksi diskurssianalyysin tutkijalähtöisyyttä, sillä tällöin myös aineistossa on tutkijan vahva kädenjälki. Analyysin kannalta aineistovalintani on siis hyvä, sillä se on luonnollisesti tuotettu, enkä tutkijana ole ollut vaikuttamassa sen rakentumiseen. On tärkeää kuitenkin huomioida, ettei valmis aineisto poista tutkijan vaikutusta. Creswellin (2007) mukaan tutkijan tulee ymmärtää oman maailmankatsomuksensa, paradigmojensa ja uskomustensa olevan tutkimuksessa läsnä. Lisäksi tulkitsevat viitekehykset muovaavat tutkimusta edelleen ja hyvä tutkimus edellyttääkin näiden oletusten, paradigmojen ja viitekehysten esille tuomista tai vähintäänkin tutkijan tiedostamista. Phillips & Hardy (2002) tarkentavat vielä, että tutkijan tulee myös muistaa, että tutkimuksella, sen tekemisen tuottamisen tavoilla ja tutkijan positiolla on vaikutusta myös siihen, mikä nousee keskiöön ja mikä ei. Langley ja Abdallah (2011) toteavatkin, ettei tutkijan avainhaaste ole aineiston kerääminen, vaan sen ymmärtäminen arvokkaan teoreettisen panoksen tuottamiseksi, sillä aineisto on useimmiten monimutkaista, sekavaa, eklektistä ja eri tavoin integroitunutta.

### 3.2 Aineisto nimeltä Yrittäjän Taivas+Helvetti

*”Taivas+Helvetti on syntynyt halusta vaikuttaa suomalaiseen yhteiskuntaan. Tarkoituksemme on tuoda esiin ilon, asenteen ja*

*tekemisen merkitys elämässä menestymisessä. Taivas+Helvetti kertoo tarinoita ihmisistä, jotka ovat ottaneet vastaa itseään suuremman haasteen.”*

Näillä sanoilla alkaa Taivas+Helvetti -kirjan ja liikkeen kuvaus heidän kotisivuillaan. Kirjoja on ilmestynyt kaiken kaikkiaan neljä vuosina 2013–2015: Yrittäjän Taivas+Helvetti Vol. 1, Vol. 2 ja Vol. 3 sekä Urheilijan Taivas+Helvetti. Ensimmäinen kirjoista, Yrittäjän Taivas+Helvetti Vol. 1, julkaistiin vuonna 2013 ja tekijöiden sanoin, sen suosio odotti kaikki odotukset. Julkaisu johti kiertueeseen, joka tavoitti Suomen yhdeksän suurinta kaupunkia ja 200–500 kuulijaa paikkakunnittain. Vuonna 2015 uusimman kirjan myötä kiertue järjestettiin jälleen entistä suurempana. Kahden viimeisimmän kirjan yrittäjien keskuudesta on palkittu myös PwC’s Most Valuable Entrepreneur – Suomen arvokkain yrittäjä. Kirjan lukijoiden ja erillisen raadin valitseman yrittäjän kriteereihin kuuluu kestävä bisnes, työntekijöistä huolehtiminen ja vastuunkantaminen ympäristöstä sekä yhteisöstä.

Itse kirjasta – Yrittäjän Taivas+Helvetti Vol. 1 – totesi heti sen julkaisun jälkeen esimerkiksi yrittäjä ja Kauppalehden kolumnisti Henri Elo (2013) seuraavaa: *”Taivas+helvetti -kirja pesee sata yrittäjyystyöryhmää”*. Yhteistyökumppanina toiminut Elinkeinoelämän keskusliitto (2014) taas kuvasi kirjan vastaanottoa hurmioituneeksi ja ilmiötä ainutlaatuiseksi. Lauri Järvilehto kuvailee blogitekstissään kiertueen tapahtuman tunnelmia samansuuntaisesti:

*”Taivas+Helvetti -kirjan ja The Pop Up Companyn lanseeraustilaisuudessa mieleen piirtyi uusi eutooppinen Suomi: sellainen paikka, jossa ideat kohtaavat tekijät, ja tekijät kohtaavat teon tarvitsijat.*

*Nyt vaan kääritään hihat ja aletaan rakentaa eutopiaa. Se on nimittäin täysin tehtävissä.*

*Hurja juttu.”*

Lainauksilla pyrin kuvaamaan keskustelua, jota kirjasarja on herättänyt sekä niiden linkittymistä laajempaan yhteiskunnalliseen yrittäjyyskeskusteluun. Osoituksena kirjoittajien tavoitteesta vaikuttaa yhteiskuntaan ja julkiseen keskusteluun on myös

kirjojen lahjoittaminen vastavalmistuneille nuorille. Taivas+Helveti -kirjasarja on yrittäjä Mika Mäkeläisen käynnistämä ja ensimmäisen kirjan kirjoittamisen lisäksi hän myös kertoo siinä myös oman tarinansa. Mäkelää kuvataan aktiiviseksi yrittäjyyden puolestapuhujaksi ja yhteiskuntavaikuttajaksi. Hänet valittiin 40 lupaavimman eurooppalaisen nuoren johtajan joukkoon vuonna 2012, ja vuonna 2011 hän sai Suomessa Young Entrepreneur of the Year -tunnustuksen. Yrittäjänä Mäkeläinen on toiminut eri yhtiöissä yli 15 vuotta. (Puustinen & Mäkeläinen 2013.)

Aineistoni koostuu ensimmäisen Taivas+Helveti -kirjan 21 yrittäjästä ja heidän tarinastaan. Diskurssianalyysillä ei pyritä tuottamaan yleistettävää tietoutta tutkittavasta aihepiiristä, vaan tarkastelemaan aineistoa mahdollisimman rikkaasti ja syvällisesti. (Juhila & Suoninen 1999) Tästä syystä päädyin rajaamaan aineistoni kirjatrilogian ensimmäiseen osaan, jossa 21 yrittäjää kertoo tarinansa.

Taulukko 2. Aineiston yrittäjätarinat

Otsikko	Yrittäjä & yritys
Nyt vittu juostaan	Niklas Hed / Rovio Entertainment Oy
Enemmän	Ola Kukkasniemi / Wooden Oy
Viimeinen päivä	Satu Kontinen / T:mi Satukala Graphic Design
Ei mitään rajaa	Juhani Lehti / Tampereen Konepajat Oy
Humanistin kuolema	Pekka Siivonen-Uotila / Kalarannan Vihannes Oy
Varajakaja	Jude Njila / T:mi Muuttopalvelu Njila
Angstilammikko	Nina Ignatius / Beibamboo Oy
Huono vitsi	Jukka Jokiniemi / Innojok Oy
Lukihäiriö	Teemu Nikkanen / Rekolan kukkatalo Oy
Alasti	Suvi Widgren / Stylehunter Oy
Toukka	Jari Sarasvuori / Trainer's House
Geeniunelma	Nelli Lähteenmäki / Healt Puzzle Oy
Taistelija	Jaan Apajalahti / Pilvion Oy
Lavea polku	Sirpa Jyrkkänen / T:mi Kauneushuone SJ
Pelisilmä	Timo Merikallio / Motomer Oy
Supermikko	Mikko Kodisoja / Supercell Oy

Hirmuvaahitia	Aulis Kärkkäinen / Lunawood Oy
Ikävä	Berndt Von Frenckell / RF-Finance Oy
Himo	Olli Muurainen / Management Events Oy
Pohjan Akka	Riitta Antinmäki / Entisöinti Pulla Oy
Astronautti	Mika Mäkeläinen / GTW Group Oy

### 3.3 Aineiston analysointi

Diskurssit eivät ole aineistossa suoraan tarjolla, vaan ne tulee pikemminkin tislata tekstistä. Diskurssit voidaan tunnistaa esiintymisen kaavan ja esiintymistiheyden perusteella – joko ne käyvät ilmeisiksi tai ne voidaan tulkita ja tehdä näkyviksi tekstissä esiintyvien argumenttien ja diskurssielementtien kautta. (Achtenhagen & Welter 2007.) Diskurssianalyysi voi olla tulokulmaltaan induktiivinen, joka tarkoittaa tunnustelevaa tutkimusotetta sekä pyrkimystä aineiston jatkuvaan jäsentämiseen (Mantere & Vaara 2008), tai abduktiivinen, jolla tarkoitetaan jatkuvaa liikkumista aineiston ja teorian välillä, eli aineiston tulkintaa aiempaan tutkimukseen peilaten ja toisinpäin. (Wodak & Meyer 2002.) Oman tutkielmani lähestymistapa on abduktiivinen ja olen pyrkinyt jatkuvaan vuoropuheluun aineiston analyysin ja aiemman tutkimustiedon välillä.

Manteretta ja Vaaraa (2008) seuraten, ensimmäinen vaihe on huolellinen perehtyminen koko aineistoon ja avainmuuttujien havainnointi. Tätä ohjenuoraa noudattaen aloitin aineistoni läpikäymisen. Ensiksi vain syvennyin aineistooni lukemalla sen huolellisesti läpi. Tämän jälkeen ryhdyin lukemaan sitä uudelleen ja aloin merkitä toistuvia teemoja eri värisillä kynillä. Mieleeni nousevia kysymyksiä, havaintoja ja oivalluksia kirjasin vihkooni. En edes pyrkinyt strukturoituun tekstiin, vaan kirjasin ajatukseni vain ylös myöhempää pohdintaa ja kokonaiskuvan muodostamista varten.

Seuraavaksi rajasin huomioni siihen, miten haastateltavat puhuivat yrittäjyydestä ja kuvaavat sitä. Jokisen ja kumppaneiden mukaan analyysin jäsennyistä ei diskurssianalyttisessä tutkimuksessa tehdä etukäteen, vaan se muodostuu tutkimusprosessin aikana tutkijan ja aineiston vuoropuhelun tuloksena (Jokinen et al.

1999.) Tarkastelin siis puheessa toistuvia teemoja, sanavalintoja, vertauskuvia, jne. Käytännössä jatkoin merkitsemistä värikoodein, mutta keskityin yrittäjyyden kuvaamiseen. Merkitsin esimerkiksi sukupuolittunutta puhetta mustalla alleviivauksella ja sentimentaalista puhetta, jota en tosin vielä tässä vaiheessa osannut moiseksi nimetä, turkoosilla korostuskynällä. Mantereen ja Vaaran (2008) mukaan vaiheessa keskitytään sellaisiin kuvaaviin diskursseihin, joilla on vaikutus käsitteen tuottamiseen ja legitimointiin. Tarkastelun myötä minulle hahmottui selvästi neljä toistuvaa teemaa: sukupuolittuneisuus, yrittäjälähtöinen individualistinen puhe, vastuunkanto sekä kaikkein selvimmin yrittäjyyden sentimentaalinen kuvaus, jonka tarinallisuus draamankaarineen toistui kerta toisensa jälkeen.

Diskurssien hahmottumisen jälkeen ryhdyin tarkentamaan mistä niissä todella oli kyse. Tämä oli työläs ja aikaa vievä, mutta samalla erittäin antoisa vaihe. Luin läpi aiemmissa yrittäjyystutkimuksissa löydettyjä diskursseja ja pyrin siten paremmin ymmärtämään millaista todellisuutta havaitsemani diskurssit todella luovat ja mikä on niiden ydin. Löysin aiemmista tutkimuksista diskursseja, joihin saatoin pohjata omat löydökseni. Esimerkiksi itsensä toteuttamisen diskurssi esiintyy myös edellä mainitsemissani Mantereen ja Vaaran (2008) tutkimuksessa ja vaikka he tutkivatkin strategiatyötä, diskurssien keskiössä on paljon samaa. Kun diskurssit alkoivat kirkastua, ryhdyin poimimaan teksteistä myös niitä rakentavia esimerkkejä. Aluksi keräilin diskursseja rakentavia ja kuvaavia lainauksia runsaasti kunkin diskurssin alle, mutta karsin osan lainauksista analyysia auki kirjoittaessani. Pyrin valitsemaan tyypillisiä lainauksia, jotka rakentavat diskursseja ja siten todellisuutta yrittäjyydestä. On tärkeää muistaa, että diskurssianalyysi edellyttää iteratiivista etenemistapaa ja jatkuvaa liikkumista aineiston sisällä, jolloin syntyvät ajatukset ja kysymykset johtavat lisätietojen keräämiseen ja tutkimustyön viitekehyksen täydentämiseen. (Langley & Abdallah 2011.) Analysoin ja avaan esimerkit omin sanoin selvänteekseni miksi ja miten ne rakentavat kutakin diskurssia. Esittelen ja analysoin havaitsemani diskurssit luvussa 4, mutta sitä ennen pohdin analyysini ja tulkintani uskottavuutta tuoden esille siihen vaikuttavat tekijät sekä ratkaisuni vahvistaakseni analyysini ja tulkintani uskottavuutta ja todenmukaisuutta.

### 3.4 Analyysin ja tulkinnan uskottavuuden tarkastelua

Nomoteettisia tutkimusmetodeja arvioidaan usein niiden reliabiliteetilla, validiteetilla ja toistettavuudella. Diskurssianalyysin sosiaaliseen konstruktionismiin perustuvan luonteen takia sitä ei ole tarkoituksenmukaista arvioida näillä edelle esitetyillä positivistisillä määreillä. (Eriksson & Kovalainen 2008.) Sen sijaan diskurssianalyysia tarkastellessa Wigrenin (2007) esittelemä sosiaalisen konstruktion ja konstruktivistisen otteen kriteeristö on mielenkiintoinen. Sen keskiössä on tutkijan subjektiivisuuden tunnistaminen ja tunnustaminen sekä ja sen arvolatautumisen ymmärtäminen. Tutkimusta arvioidaan sen luotettavuuden, (*trustworthiness*), perusteella ja sen odotetaan toteuttavan triangulaatiota, eli yhdistelevän menetelmiä, tietolähteitä ja teorioita. Muita arviointikriteerejä ovat aitous ja refleksiivisyys (*praxis*), eli prosessi jolla teoria ymmärretään, ilmennetään ja sovelletaan sekä tutkimuksen yksityiskohtaisuus ja sen rakentama syvempi ymmärrys käsiteltävästä aiheesta ja osallistuminen tieteelliseen keskusteluun. Triangulaation käsite juontaa juurensa aina 1950-luvun sosiaalitieteisiin ja tiivistetysti sillä tarkoitetaan eri metodien, tutkijoiden, lähteiden tai teorioiden yhdistämistä tutkimuksessa. Triangulaatio on eräänlainen toimintasuunnitelma, joka auttaa tutkijaa tarkastelemaan tutkittavaa ilmiötä moniulotteisesti, sillä triangulaatiossa hän ei voi sitoutua vain yhteen näkökulmaan. (Denzin 1989.) Sosiaaliseen konstruktionismiin pohjaavassa tutkimuksessa näkökulma on tärkeä, sillä todellisuuden rakentuessa sosiaalisena prosessina, yhteen näkökulmaan pidättäytyminen ei tavoittaisi ilmiön moninaisuutta. Omassa tutkimuksessani olen pyrkinyt toteuttamaan triangulaation periaatetta runsailla ja monipuolisilla lähteillä sekä niiden vuoropuheluttamisella. Olen myös pyrkinyt huomioimaan ja nostamaan eri tutkimussuuntauksia ja niistä käytyä tieteellistä keskustelua sekä peilaamaan omaa tutkimustani niihin.

Lincolnin ja Guban (1985) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta ja uskottavuutta tarkastellaan useamman käsitteen valossa, joista yksi on totuusarvo (*truth value*), joka tarkastelee onko tutkija pystynyt rakentamaan luottamusta havaintojen totuudellisuuteen sekä kontekstiin, jossa tutkimus toteutettiin. Totuusarvo siis määrittää miten varma tutkija on tulostensa totuudellisuuteen perustuen tutkimustyön muotoiluun, tietolähteisiin ja kontekstiin. Totuutta arvioidaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa usein sen perusteella, miten hyvin tutkimuksen sisäistä pätevyyttä uhkaavia tekijöitä on hallittu

sekä sen perusteella, miten hyvin tarkasteltavat elementit soveltuvat ilmiön tutkimiseen ylipäätään. (Sandelowski 1986.) Totuusarvo saadaan yleensä havaitsemalla kokemukset sellaisina kuin tutkittavat ovat ne kokeneet. Lincoln ja Guba (emt) kutsuvat tätä uskottavuudeksi (*credibility*). Sandelowskin (emt) mukaan kvalitatiivinen tutkimus on uskottavaa sen esittäessä niin tarkkoja kuvauksia ja tulkintaa ihmiskokemuksista, että ihmiset, jotka ovat jakaneet tämän kokemuksen, tunnistavat sen välittömästi.

Uskottavuutta voidaan pitää jopa tärkeimpänä mittarina kvalitatiiviselle tutkimukselle. (Krefting 1991.) Luotettavuutta tarkastellaan myös englanniksi termillä "*dependability*", jolla tarkoitetaan, että luotettavuuteen tarkastelussa tulee huomioida se, missä määrin aineisto muuttuu ajan kuluessa sekä muutokset, jotka tutkija tekee päätöksenteossaan tutkimusprosessin aikana. Tämä tosin koskee erityisesti pitkään kestäviä laajojen aineistojen keruuprosessia esimerkiksi haastatteluin. Lisäksi Keerfoot ja Knights (1998) muistuttavat, että sukupuolen ollessa yksi tarkastelukohdista, tutkijan tulee tehdä oletuksia sukupuoli-rooleista kyseisessä kulttuurissa tunnistuen ja tunnustuen kuitenkin samalla sukupuoli-identiteettien moninaisuus ja vaihtelevuus ajassa ja kontekstissa. Oman tutkielmani kohdalla valmis aineisto jo itsessään ennaltaehkäisi aineiston epäjohtonmukaisuutta ja muutoksia kesken prosessin.

Vaikka kvalitatiivista tutkimusta ei ole mielekäästä arvioida reliabiliteetilla, tutkimuksen vakaus, johtonmukaisuus ja vastaavuus (*consistency*) huomioidaan tutkimusta tarkastellessa. Luotettavuutta arvioitaessa tulee ottaa huomioon myös näkökulma tiedon sovellettavuudesta tai siirrettävyydestä, (*applicability, transferability*) eli se missä määrin tutkimuksen tuottamia havaintoja voidaan hyödyntää muiden ympäristöjen, kontekstien tarkoittejoukkojen tarkastelussa. Tämä riippuu kuitenkin sovellettavan ympäristön samankaltaisuudesta. Viimeisenä luotettavuuskriteerinä Lincoln ja Guba nostavat esille neutraaliuden (*neutrality*), eli tutkimuksen puolueettomuuden niin menetelmissä kuin tuloksissa. Tällä ei kuitenkaan tarkoiteta kvantitatiivisen tutkimuksen objektiivisuuden tavoitetta, vaan sen sijaan, että tavoiteltaisiin tutkijan neutraaliutta, pyritään aineiston puolueettomuuteen. Lincoln ja Guba ehdottavat, että vahvistettavuus olisi puolueettomuuden kriteeri ja tämä saavutetaan osoittamalla totuusarvo ja sovellettavuus.



Eskolan ja Suorannan (1998) mukaan diskurssianalyysia arvioitaessa keskeisin kriteeri on tutkija itse ja tämän koko tutkimusprosessin ajan jatkuva pohdinta omista valinnoista ja ratkaisuista sekä arvio analyysin kattavuudesta ja työn luotettavuudesta. Laadukas abduktiivinen tutkimusprosessi vaatii tutkijaltaan jatkuvaa vuoropuhelua aineiston ja teorian välillä. (Mantere & Vaara 2008.) Tutkimuksessa itsessään tämä näkyy huolellisena ja refleктоivana kuvauksena yhdistettynä tieteellisen kerrontaan sekä runsaina aineistotteina, joiden perusteella lukija pystyy arvioimaan tutkijan tekemän tulkinnan pätevyyttä. (Eskola & Suoranta 1998.) Olen pyrkinyt tuomaan ilmi tutkimusprosessini etenemisen ja tekemäni valintani mahdollisimman avoimesti, tarkasti ja kuvaavasti. Analyysiosuudessa pyrkimykseni on mahdollisimman syvä ymmärrys ja rikas kuvaus, mutta kaikkia tekstin merkityksiä on mahdotonta tavoittaa. Runsailla aineistoesimerkeillä ja niiden analysoinnilla pyrin avaamaan ja perustelemaan tulkintani löytämistäni diskursseista ja niiden rakentamasta todellisuudesta. Tutkimusta tehdessä olen jatkuvasti ylläpitänyt aineiston ja teorian vuoropuhelua ja pyrin myös tuomaan sen ilmi tekstissäni viittamalla teoreettiseen taustaan.

#### 4. Neljä diskurssia yrittäjän taivaasta ja helvetistä

Neljäs osio koostuu tunnistamieni diskurssien esittelystä ja analysoinnista. Käsittelen jokaisen neljästä diskurssista erikseen ja analysoin niiden ilmenemisestä aineistossa suorien lainausten avulla. Esimerkkien analysoinnin tavoitteena on osoittaa millaisista diskursseista aineiston tarinat koostuvat ja millaista todellisuutta ne luovat.

Esimerkit ovat alkuperäisessä kirjoitusmuodossaan, mutta tarvittaessa olen lyhentänyt näytteitä ja merkinnyt lyhennettyä osaa tällöin: "[...]". Olen pyrkinyt valitsemaan näytteitä, joista kyseinen diskurssi käy selvästi ilmi. Toisaalta olen myös halunnut tuoda aineistoesimerkkejä runsaasti, sillä niiden avulla lukija pystyy arvioimaan tekemäni tulkinnan pätevyyttä. (Eskola & Suoranta 1998.)

## 4.1 Yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi

Kaikkien kirjan yrittäjien tarinoita yhdisti hyvin voimakkaasti diskurssi, jonka nimesin yrittäjyyden sentimentaaliseksi diskurssiksi, sillä sen keskeisenä elementtinä on yrittäjyyden hyvin tunnepitoinen kuvailu. Pohjaan havaitsemani diskurssin Barringerin ja kumppaneiden (2005) käsitteeseen ”*entrepreneurial story*”, jonka he havaitsivat vertaillen 50 nopeasti ja 50 hitaammin kasvavaa yritystä. Tutkijat havaitsivat useita merkittäviä tekijöitä, jotka erottivat nopean ja maltillisen kasvun yritykset toisistaan. Nopeasti kasvavat yritykset olivat havaintojen mukaan muun muassa vahvemmin sitoutuneita kasvuun, niissä oli syvempi ymmärrys asiakkaistaan ja ne panostivat enemmän henkilöstönsä koulutukseen, kehittämiseen ja taloudellisiin kannustimiin. Ennen kaikkea tutkijat havaitsivat uuden ja useasti toistuneen piirteen kasvuyritysten, tai pikemminkin kasvuyrittäjien, keskuudesta. He nimesivät piirteen yrittäjyyden tarinaksi (*entrepreneurial story*).

Tyypillisesti yrittäjyystarina keskittyy 1) yrityksen alkuvaiheen vaikeuksiin, 2) yrittäjän tekemiin uhrauksiin tai 3) sellaisiin elämäntapahtumiin, jotka ohjasivat yksilön yrittäjyyden tielle. Tutkijoiden mukaan yrittäjyystarina osoittaa kasvuyrittäjien joko selvittäneen suuria haasteita matkalla yrittäjyyteen tai että yrittäjyys on ollut heille pitkäaikainen tavoite ja päämäärä. (Barringer et al. 2005.)

Olennaista on kuitenkin huomioida, että Barringer kumppaneineen tutki nimenomaan kasvuyrityksiä ja niitä tekijöitä, jotka erottavat ne hitaammin kasvavista kilpailijoistaan. Itse keskityn tutkielmassani puolestani tarkastelemaan yrittäjiä ja heidän rakentamaansa kuvaa yrittäjyydestä. Tutkielmassani yrittäjyystarinan käsite siis laajenee ja tarkastelukulma muuttuu, sillä tutkielmani fokus eroaa alkuperäisestä tutkimuksesta. Jokaisesta aineiston tarinasta löytyy kuitenkin ainakin yksi näistä yrittäjyystarinan elementeistä – alkuvaiheen vaikeudet, tehdyt uhraukset tai yrittäjyyteen ohjanneet elämäntapahtumat – osasta kaikki kolme.

Alkutaipaleen vaikeuksia aineistosta löytyy useita erilaisia. Yhden 2010-luvun tunnetuimman ja menestyneimmän suomalaisen yrityksen Rovion perustaja Niklas Hed kuvaa yrityksensä alkutaivalta hyvin vaatimattomaksi taloudellisesta näkökulmasta.

Näyte 1.

*”Projektien kannattavuus kärsi kunnianhimon takia. Budjetit pettivät. Yritys teki turskaa, kulutti enemmän kuin tuotti.”*

Vaatekauppiaaksi mielinyt nuori yrittäjä kohtasi niin suuria ongelmia jo yritysrahoituksen hankkimisessa, että oma liike oli jäädä pelkäksi unelmaksi.

Näyte 2.

*”Se [rahoituksen saaminen] ei ollut kuitenkaan helppo nakki vaan hyvin vaikeaa. Pääoman kasaaminen vei kaksi kuukautta. Rahoituskierrös pani tuoreen yrittäjän niin lujille, että usko alkoi horjua.”*

Nämä kaksi esimerkkiä keskittyivät kuvaamaan yrityksen perustamiseen liittyviä konkreettisia ongelmia tai yrityksen alkuvaiheen taloudellisia haasteita. Useampi tarina keskittyi kuitenkin kuvaamaan haasteiden vaikutusta syvemmin ja henkilökohtaisemmalla tasolla.

Näyte 3.

*”Maailma on julma paikka. Emme saaneet alussa lainkaan kauppvoja. Emme pystyneet panemaan kampoihin kenellekään. IT-konsultin tulot olivat muisto vain. Siksi muutin 23-vuotiaana takaisin äidin luokse – koska en pystynyt arvioimaan, milloin voisin maksaa palkkaa itselleni. Äiti antoi huoneen, maksoi ruoat, siivosi, pesi pyykkiä ja huolestui.”*

Näyte 4.

*”Alku oli jotain ihan muuta, hapuilevaa puuhastelua pelimoottoreiden parissa, levotonta kuljeskelua, säätämistä ja säästämistä. Kodisoja vietti kulkurin elämää, nukkui rottana kavereiden nurkassa tai toimistolla.”*

Esimerkeissä kuvataan yrittäjyyden alkuaikoja hyvin samankaltaisesti, inhimillisellä tasolla. Yrittäjyys johti henkilökohtaisiin taloudellisiin vaikeuksiin ja pakotti turvautumaan muiden apuun. Toinen kertojista oli jo ehtinyt tottua konsulttina taloudelliseen riippumattomuuteen, mutta uran vaihtuminen yrittäjyyteen merkitsi myös luopumista

totutusta elämäntavasta. Paluumuutto lapsuudenkotiin saa kertojan kuulostamaan teiniltä, josta äiti huolehtii ruokkimalla ja siivoamalla. Toinen vertaa itseään kulkuriin ja rottaan. Ankeat vertauskuvat korostavat tehokkaasti vaadittujen uhrausten suuruutta.

Vaikeuksien luonne on myös pohdinnan arvoinen. Suuressa osassa tarinoista vaikeudet aiheuttivat yrittäjästä itsestään riippumaton tekijä, ympäristö: rankka rahoituskierron, julma maailma, jne. Ikään kuin ympäristö tai jopa koko maailma yrittäisi taistella yrittäjää vastaan ja koetella tämän uskoa ja tahtoa. Niissä kertomuksissa, joissa ongelmat lähtivät yrittäjistä itsestään, syy oli useimmiten liiallinen kunnianhimo tai muu vastaava, oikeastaan melko positiivinen ongelma. Yhteistä kaikissa kertomuksissa on yrittäjien suhtautuminen näihin ongelmiin. Vastoinkäymiset vaikuttavat kenties ylitsepääsemättömiltä, mutta sitkeydellä, suurella työmäärällä ja ennen kaikkea intohimoisella yrittämisellä ne ovat voitettavissa, kuten seuraavassa näytteessä.

Näyte 5.

*”Tiesimme, että edessä on rankka rypistys, tarvittaisiin todellisia myyntityön ihmeitä. Ryhdyimme kuitenkin paukuttamaan. Siitä se taas lähti niin kuin monesti aiemminkin, kovalla draivilla ja asenteella.”*

Toinen tutkijoiden havaitsema yrittäjäystarinan elementti oli yrittäjän tekemät uhraukset. Näytteessä 3 luopuminen IT-konsultin tuloista on yksi esimerkki yrittäjyyden vaatimasta uhrauksesta. Aineistossa useimmiten toistuvat uhrauksen muodot ovat juuri taloudelliset uhraukset, omasta mukavuusalueesta sekä turvallisesta ja vakaasta asemasta luopuminen. Näissä tapauksissa yrittäjyyteen ei ajauduta puolivahingossa esimerkiksi harrastuksen kautta, eikä se ole ainoa vaihtoehto siksi, että muuta työtä ei ole tarjolla. Se saattaa kuitenkin tuntua ainoalta mielekkäältä vaihtoehdolta.

Näyte 6.

*”Juhani Lehti sanoi itsensä irti Nokiasta vuonna 2006. Hän oli silloin 30-vuotias ja kanto vastuuta 250 työntekijän työpanoksesta ja 60 miljoonan euron budjetista. Hän tuskin olisi päässyt yhtä vaativaan työhön missään muussa suomalaisessa yrityksessä. Jäljelle jäi siksi vain yksi vaihtoehto: oma yritys.”*

Uhrauksia voi joutua tekemään myös omasta asiantuntijuudestaan ja siten mukavuusalueestaan, kun yhdellä alalla menestyvän uran luonut ammattilainen lähteekin yrittäjäksi täysin uudelle ja tuntemattomalle alalle. Seuraavassa näytteessä menestyneen uran graafisella alalla rakentanut, mutta irtisanomisen ja oman lapsen syntymän myötä lastenvaatealaan vaihtanut yrittäjä kuvaa uuden alan tuomia pelkoja ja toisaalta syitä riskin ottamiseen.

#### Näyte 7.

*”Hän pelkää epäonnistumista ostajien ja rahoittajien edessä. Että hän ei osaa alan kuvioita tai mokaa numeroissa. ”Pelkään näyttää amatööritä, mikä mä olenkin”, Ignatius sanoo. ”Bisnesnaisena mä olen vielä amatööri. Mutta siinä sanassa [amatööri] on myös paljon hyvää. Sehän tulee latinan verbistä amare, rakastaa. Minä, niin kuin monet muutkin startup-yrittäjät, olen amatööri, joka suhtautuu intohimoisesti siihen, mitä tekevät.”*

Barringerin ja kumppaneiden (2005) kolmannen havainnon mukaisesti useassa aineistoni kertomuksessa ilmenee alkuvaikeuksien ja uhrauksien lisäksi sellaisia elämäntapahtumia, jotka ohjaavat tai jopa ajavat yksilön yrittäjyyden tielle. Yrittäjyyden valitseminen on voinut olla jopa ”ainoa vaihtoehto”, kuten näytteessä 8.

#### Näyte 8.

*”Hän oli vaikeasti heikkonäköinen, hän saisi potkut, ja hänestä tulisi sokea. Raskaat verhot olivat menossa kiinni. Ne eivät ehkä avautuisi enää koskaan. Hyvinvointivaltio pitäisi kuitenkin huolta nuoresta miehestä. Jokiniemi pääsisi 31-vuotiaana työkyvyttömyyseläkkeelle, jota nauttisi kuolemaansa saakka. [...] Hän ei kuitenkaan halunnut hukata niitä asioita, jotka oli jo saavuttanut: insinöörin koulutusta ja suuren yrityksen keskijohdossa hankkimaansa osaamista. Siksi jäljelle jäi vain yksi vaihtoehto, oma firma.”*

Näytteestä huokuu jopa runollista epätoivoa. Raskaiden verhojen sulkeutuminen tuo mieleen teatterin, jonka näytös loppuu. Näytös oli siis kertojan kohdalta jo loppumassa,

mutta yrittäjäyys tarjosi siihen kaivatun jatko-osan. Taloudellisesti hänen tulevaisuutensa olisi ollut turvattu, mutta hän ei halua hukata saavuttamaansa koulutusta ja kokemusta. Toisin sanoen kertoja on tehnyt töitä saavutustensa eteen, mutta nyt hän on menettämässä saavutukset itsestään riippumattomista syistä, tässä tapauksessa sairaudesta. Hän päättää kuitenkin taistella vastaan.

Näytteessä 9 yrittäjäyys taas ei ole suinkaan ainoa vaihtoehto, mutta mieluisin ja luontaisin nuorelle, joka kokee opiskelun vaikeaksi.

Näyte 9.

*”Haluan vain tehdä, en lukea. Mulla on paha lukihäiriö ja koulussa oli keskittymisvaikeuksia. Ei koulun penkillä opi, jos se ei kiinnosta.”*

Tässäkin tapauksessa yrittäjäyteen ohjaa, ei niinkään yksittäinen elämäntapahtuma, mutta henkilön tausta, joka tulee elämäntapahtuman tavoin annettuna ja joka näyttäytyy aluksi vaikeana, mutta jonka henkilö onnistuu yrittäjäyden avulla kääntämään edukseen. Mikäli taas yrittäjäyys ei ole ainoa vaihtoehto, kuten näytteessä 10, valintaan saattaa liittyä suurtakin epäröintiä.

Näyte 10.

*”Irtautuminen oli silti vaikeaa. Kävin päivätöissä ja rakensin samaan aikaan omaa asiakaskuntaa. En kuitenkaan osannut päättää, milloin olisi sopiva hetki lähteä. Tein omia töitä iltaisin ja öisin. Oli pitkä kausi, jonka aikana nukuin vain neljä tuntia yössä. Se on aivan liian vähän. Välillä en nukkunut juuri yhtään. Lopulta kroppa teki päätöksen puolestani. Verenpaine kohosi miljoonaan ja sain ihan törkeän fyysisen burnoutin. Aina kun näin tietokoneen, alkoi oksettaa. Siinä tilassa kirjoitin irtisanomiskirjeen työnantajalle. Päätös oli valtava helpotus. On ihmeellistä, kuinka paljon epäröin lähtöä, mutta sen jälkeen ei ole ollut yhtenäksää päivänä epäilystä siitä teinkö oikein.”*

Päätös vaati ”törkeän fyysisen burnoutin”, eli ylikuormittumisen sen hetkissä työtehtävissä ja terveyden konkreettisen romahtamisen, jotta päätös yrittäjäksi

ryhtymisestä kypsyi. Kertoja kuvaa tarvinneensa sellaisen vaikean elämäntapahtuman, joka sysäsi ajatuksen toiminnaksi, vaikka hän olikin jo valmistautunut yrittäjyyteen mm. rakentamalla omaa asiakaskuntaansa.

Barringer kumppaneineen (2005) havaitsi myös, että yrittäjät, jotka kuvaavat yrittäjyyttä hyvin sentimentaalisesti ja joille ajatus työskentelemisestä toisen leivissä on erityisen vieras, tai kuten aineiston esimerkeissä jopa vastenmielinen, ovat usein erityisen motivoituneita ja sitoutuneita yrittäjyyteen.

Näyte 11.

*”Tiesin olevani luonteeltani jotain muuta kuin työntekijä. Kaipasin vastuuta, haasteita ja ehkä myös vapautta. [...] Olin niin ylpeä yrityksestäni. Tunsin ihan naiivia ja posketonta ylpeyttä siitä.”*

Näin yksi yrittäjistä muistelee valintaansa yrittäjyyteen ryhtymisestä, vaikka työpaikka olikin löytynyt heti ammattikoulusta valmistumisen jälkeen. Palkkatyö ei kuitenkaan riittänyt, sillä yrittäjä kaipasi vastuuta, haasteita ja vapautta. Halua vastuunkantoon käsittelen kolmannessa diskurssissa, jonka olen nimennytkin vastuun diskurssiksi ja haasteita ja vapaudenkaipuuta puolestaan itsensä toteuttamisen diskurssissa. Naiivi ja posketon ylpeys korostaa sentimentaalisesti tunnetta; samanlaista ylpeyttä tuskin voisi koskaan palkkatyössä kokea.

Yrityksen inhimillistäminen tai uskonnolliset vertauskuvat ovat myös erittäin tunteellisia ja dramaattisia tapoja puhua yrittäjyydestä. Seuraavassa näytteissä retoriikassa yrittäjä taistelee yrityksensä elämän puolesta kuin tämä olisi inhimillinen olento. Toisessa taas vertauskuvana käytetään helvettiä ja taivasta.

Näyte 12.

*”Näin toimii yrittäjä, joka taistelee firmansa eloonjäämisen puolesta ilman tunnetun brändin ja suuren firman käyntikortin tarjoamaa suojaa.”*

Näyte 13.

*”Puusepän puheessa on voittajan iloa ja selviytyjän helpotusta. Helvetin portit ovat sulkeutuneet. Hän näkee jo taivaan valkeat ja korkeat ovet, jotka avautuvat raskaasti.”*

Kaikkein sentimentaalisin kuvaus nousee kuitenkin esille yrittäjien pohtiessa kokemuksiaan ja niiden vaikutusta omaan suhtautumiseen yrittäjyyteen. Useiden vastoinikäymisten, taloudellisten riskien, tehtyjen uhrausten ja kovien kokemusten jälkeenkin yhdistävä asenne tuntuu olevan näytettä 14 lainaten: ”Silti, päivääkään en vaihtaisi pois.”

Näyte 14.

*”Sen myönnän, että konkurssi on tappanut osan minun yrittäjyydestäni. On. Kyllä lapsi, joka on polttanut sormensa kynttilän liekissä, varoo sitä sen jälkeen. Mutta minä hyväksyn sen. Olisin tyhmä, jos en varoisi. Silti, päivääkään en vaihtaisi pois.”*

Näyte 15.

*”Yritän täysillä, enkä vaihtaisi tätä hommaa mihinkään.”*

Näyte 16.

*”Kaksi kovaa kokemusta ei ole sammuttanut yrittämisen kipinää. Se on Apajalahdelle kutsumusammatti.”*

Sentimentaalinen suhtautuminen korostaa sitoutuneisuutta. Ei niinkään valittuun tapaan elättää itsensä vaan yrittäjämäiseen elämäntapaan, asenteeseen, kuten edellisistä lainauksista myös käy ilmi. Yrittäjyyteen sentimentaalisesti suhtautuvat kertojat kokevat yrittäjyyden vaativan ihmiseltä joitain tiettyjä ominaisuuksia. Osan mielestä se ei siksi sovi kaikille, osan mielestä taas sopii, kunhan haluaa riittävästi. Tavallaan molemmat lähestymistavat kuitenkin rajaavat yrittäjyyden sopivaksi jollekin tietylle joukolle. Joko niille, joilla on vaadittavia ominaisuuksia, kuten näytteissä 17 ja 18, tai sitten yrittäjänä pärjää kuka vaan, kunhan haluaa sitä riittävästi, näyte 19.



Näyte 17.

*”Omien ja muiden yrittäjien kokemusten perusteella Lehti ei voi suositella yrittäjyyttä kaikille. Päinvastoin. Heikkohermoisten on parempi jäädä palkkatöihin suuriin yrityksiin tai julkiselle sektorille.”*

Näyte 18.

*”Yrittäjän pitää uskaltaa olla myös disruptiivinen: rikkoa rajoja ja muuttaa instituutioita. [...] Yrittäjä tarvitsee rohkeutta myös tottuakseen elämään epätäydellisyyden kanssa.”*

Näyte 19.

*”Yrittäjän menestyminen on Muuraisen mielestä tahdon funktio eikä esimerkiksi älykkyyden funktio.”*

Sentimentaalinen suhtautuminen yrittäjyyteen, alkuvaiheen vastoinkäymiset, yrittäjyyden vaatimat uhraukset ja sellaiset elämäntapahtumat, jotka ohjaavat yrittäjyyteen rakentavat kaikki yrittäjyyden sentimentaalista diskurssia. Jokaisesta kirjan tarinasta löytyy eräänlainen draaman kaari, joka itse asiassa mukailee Aristoteleellista draaman rakennetta. Aristoteleen (Saarikoski 1967) mukaan draaman kaari rakentuu alusta, keskikohdasta ja lopusta ja ihanteellisesti se sisältää tunnistamisen, käännekohdan sekä kärsimyksen. Yrittäjyystarinan diskurssi koostuu kolmesta vaiheesta: nousu, vastoinkäymiset ja vaikeuksien voittaminen. Vaiheiden järjestys vaihtelee tarinoittain, useimmissa järjestys on seuraava: nousu, lasku ja uusi nousu. Uusi nousu voi merkitä joko vaikeuksien selvittämistä tai kokonaan uuden kehittämistä, esimerkiksi uuden yrityksen muodossa. Seuraavassa näytteessä draaman kaari tiivistyy pariin virkkeeseen.

Näyte 20.

*”Jari Sarasvuon kehitti ja kasvatti valmennuksesta uuden toimialan Suomeen. Hän saavutti huipun, putosi korkealta – ja rakentaa nyt pohjaa uudelle tulemiselle.”*

Toisessakin tapauksessa alku on vauhdikasta nousua, keskikohta koostuu vaikeuksista ja loppu niiden voittamisesta – tässä tapauksessa uuden yrityksen perustamisesta.

#### Näyte 21.

*”Kolmen miehen trio oli tappavan tehokas. Hurjien vuosiensa aikana Efecte kasvoi jopa 150 prosentin vauhtia ja piti silti tuloksensa plussan puolella. Positiivinen kierre ruokki itseään. Uudet yhtiöön palkatut ihmiset sanoivat, etteivät he olleet tulleet firmaan vaan he olivat liittyneet uskontoon. [...] Tunnelma viileni. Hurmoskulttuuri ei lopulta sulattanut uutta strategiaa. [...] Tahdon avulla on mahdollista tehdä ihmeitä, mutta ei mitä tahansa. Apajalahti ei saanut tahtoaan läpi Efectessä. Yhtiön hallitus käsitteli hänen ehdotustaan asiallisesti mutta päätyi siihen, että analyysi oli väärä. Hänen piti niellä kritiikkinsä tai lähteä. Se oli vaikea paikka perustajaosakkaalle, joka oli pannut kaikkensa peliin firman puolesta kymmenen vuoden ajan. Hän lähti. [...] Kaksi kovaa kokemusta ei ole sammuttanut yrittämisen kipinää. Se on Apajalahdelle kutsumusammatti. Hän kartoitti pian Sopiman konkurssin jälkeen useita uusia ideoita ja perusti keväällä 2012 kolmannen yrityksensä, jonka nimeksi tuli Pilvion.”*

Frencckellin Kirjapainon viimeisen yrittäjän tarina etenee päinvastoin. Hänen siirtyessään vetovastuuseen perheyrityksestä, yritys oli jo kohdannut useita haasteita. Yrittäjä pyrkii kehittämään toimintaa ja tulevaisuus näyttääkin paremmalta, mutta lopulta ala kehittyy liian nopeasti perinteiselle painotalolle. Vaikeudet johtavatkin kriisiin, josta käynnistyy uusi nousu.

#### Näyte 22.

*”Kannustin myyjiä perehtymään asiakkaiden bisneksiin ja tarjoamaan niille aktiivisemmin uusia vaihtoehtoja. Supistimme myös tuotevalikoimaa ja pääsimme eroon uhkaavasta tilanteesta. Käänne näytti onnistuvan. [...] Emme olleet niin innovatiivisia ja rajuja kuin aloittavat yritykset olivat. [...] Se on niin pienestä kiinni. Yrittäjä sortuu helposti siihen, että no, ei tilanne ole vielä niin paha. Että tämä on tilapäistä, vippaa vielä tuosta ja kysyn Kakelta, eikö se voisi vielä mennä takuuseen tästä. [...] Konkurssissa paloi tietenkin rahaa, mutta ei niin*

*paljon, ettenkö olisi voinut jatkaa elämää. Tietyllä tavalla muutos teki hyvää myös minulle: oli enemmän aikaa olla kotona perheen kanssa. Minun ei tarvinnut enää olla huolissaan siitä, riittävätkö rahat palkkoihin, verottajan ennakonpidätyksiin ja tavarantoimittajien laskuihin. Olen jatkanut yritystoimintaa konkurssin jälkeen omassa sijoitusyhtiössä RF-Financesa”*

Yrittäjyyden sentimentaalille diskurssille on siis ominaista yrittäjyyden hyvin tunnepitoinen kuvaus. Se luo kuvaa todellisuudesta, joka on yrittäjälle samaan aikaan kova ja antelias. Yrittäjää koetellaan – joskus jopa tuntuu kuin koko maailma vastustaisi. Yrittäjyyteen kuuluu siten myös riskin ottaminen ja tiukoissa paikoissa jopa uskon horjuminen. Kuitenkin intohimolla, kovalla työllä ja ennen kaikkea sinnikkäällä yrittämisellä esteet ovat voitettavissa. Yrittäjyyteen kuuluu nousuja, romahduksia ja uusia nousuja. Kuitenkin kaikki on sen arvoista.

Neljästä löytämästäni diskurssista yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi on selvästi dominoiva, sillä se toistui diskursseista kaikkein tiheimmin ja oli selvästi keskeisin. Ennen kaikkea yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi rakensi laaja-alaisinta, hallitsevinta ja eheintä todellisuutta yrittäjyydestä, kun muut kolme puolestaan enemmänkin täydentävät sitä tai toivat erilaista näkökulmaa.

## 4.2 Itsensä toteuttamisen diskurssi

Yrittäjyys saa itsensä toteuttamisen diskurssissa merkityksen instituutiona, jossa yrittäjä saa tehdä itselleen tärkeitä asioita haluamallaan tavallaan.

Näyte 23.

*”Jos olisin missä tahansa muussa työssä, kaikki rajoittuisi siihen, mitä työpöydälleni putkahtaa. Yrittäjänä minulla on valtava mahdollisuus itseni ilmaisemiseen.”*

Pohjaan tämän toisen havaitsemani diskurssin Saku Mantereen ja Eero Vaaran (2008) tutkimukseen, jossa he diskurssianalyysin keinoin tarkastelivat 12 organisaation

strategiatyötä. Tutkimuksen keskiössä oli selvittää strategiatyöhön toistuvasti liitetyt ja siten legitimoidut käsitykset, jotka muovaavat strategiatyötä. He löysivät kuusi diskurssia, joista yhteen, ”Self-Actualization”, eli suomennettuna itsensä toteuttamiseen, pohjaan havaitsemistani diskursseista toisen.

Itsensä toteuttamisen käsitteen juuret juontavat Abraham Maslowin (1943) tarvehierarkian teoriaan 1940-luvulle. Maslowin mukaan itsensä toteuttaminen on tarvehierarkian korkein tarve, jota ennen tulevat ihmisen perustarpeet. Hänen mukaansa perustarpeiden tyydyttämisen jälkeen ihmisestä tulee kuitenkin nopeasti tyytymätön ja levoton, jollei ihminen saa toteuttaa sitä mikä hänelle parhaiten sopii ja siten toteuttaa itseään. Rogersin (1995) mukaan itsensä toteuttaminen on sosiopsykologinen prosessi, jossa yksilö etsii elämälleen merkitystä ja hankkii kokemuksia kehittyäkseen. Mantereen ja Vaaran määritelmän mukaan itsensä toteuttamisen diskurssissa kiinnitetään huomiota yksilön kykyyni hahmottaa ja määritellä päämäärät itselleen strategiatyössä. Löyhästi Manteretta ja Vaaraa mukaillen määrittelen sen tässä kontekstissa diskurssiksi, joka rakentaa yksilön individualistista kokemusta yrittäjyydestä.

Itsensä toteuttamisen diskurssi näkyy aineistossani erityisesti haastateltavien kuvatessa mahdollisuutta tehdä asioita intohimosta ja toisaalta välttää sellaisten asioiden tekemistä, joista he eivät välitä. Myös taloudellinen menestys nousee usein esiin, mutta vain sivuroolissa. Taloudellinen menestys saattaa mahdollistaa uudenlaista itsensä toteuttamista ja tuoda turvaa, mutta tämän diskurssin valossa se ei ole ohjaava tai määräävä tekijä, vaan ennemminkin mieluinen lisä.

Näyte 24.

*”Myynnistä kyllä neuvoteltiin, kun Rovio oli pienempi. Keskustelujen toiset osapuolet olivat paljon isompia. Palavereissa kuitenkin selvisi, että liitto isojen yhtiöiden kanssa hidastaisi Roviota. Joku toinen kirjoittaisi säännöt. Hedit ymmärsivät, että uuteen kuvioon olisi vaikea luoda sellaisia olosuhteita, joissa samaa tekemistä voitaisiin jatkaa yhtä hyvällä fiiliksellä kuin ennen. He tunnustivat tämän: olemme itsekkäitä paskiaisia. Mikä on kaikkein tärkeintä? Siisti tekeminen. Mikä voisi olla siistimpää kuin tämä? Tuskin mikään. Tai mitä Niklas Hed tekisi*

*kymmenellä rahalla, kun hän saattaa tulevaisuudessa saada kaksikymmentä rahaa? Tai kaksi, jos huonosti käy. Sekin olisi enemmän kuin hän koskaan tarvitsee.”*

Edellisessä näytteessä taloudelliset intressit ja individualistiset näkemykset ja halut, tässä tapauksessa ”*siisti tekeminen*” johtavat ristiriitaan. Osaksi suurempaa yritystä liittyminen olisi ollut yrittäjille taloudellisesta näkökulmasta tuottoisa ja riskittömämpi vaihtoehto, mutta se olisi tarkoittanut kulttuurin muuttumista ja mahdollisesti myös ”*siistin tekemisen*” vaihtumista vähemmän mieluisaksi ja muualta sanelluksi. Itsenäisenä yhtiönä jatkaminen mahdollisti saavutetun hyvän hengen jatkumisen, työskentelyn vapauden ilman muualta tulevia sääntöjä sekä mahdollisti myös tulevaisuuden suuremmat tuotot, mikä tosin sisälsi myös riskin. Mielenkiintoista on se, että he kuvaavat päätöstään itsekkääksi, vaikka taloudellisesta näkökulmasta katsottuna valinta oli juuri päinvastainen. He siis myös itse kokevat valinnan perusteiden olevan itsekeskeisiä: ”Mikä meille on kaikkein tärkeintä? Mitä me haluamme?” Itsensä toteuttamisen diskurssille onkin hyvin tyypillistä sen individualistinen näkökulma. Sen keskiössä voisi sanoa olevan juuri edellinen pohdinta yksilön haluista ja siitä mitä tämä pitää tärkeänä, ei niinkään pohdinta mikä olisi oikein tai edes aina järkevää.

Näyte 25.

*”Mä menen rohkeasti mukaan sellaiseen, mitä en ole ennen tehnyt. En kuitenkaan sano sitä asiakkaille. Tykkään työstäni niin paljon, että tekisin tätä, vaikka saisin lottovoiton. Eniten nautin siitä, että pystyn tekemään jotain, mistä jää jälki. Ettei se ole katoavaista.”*

Näytteessä 25 yhdistyy kolme itsensä toteuttamisen diskurssin elementtiä. Yrittäjyys mahdollistaa uuden kokeilemisen ja oppimisen, eli kehittymisen. Yrittäjä tunnustaa, ettei mainitse asiakkaalle kokemattomuuttaan, sillä oletettavasti se saattaisi aiheuttaa tässä epäröintiä, minkä seurauksena hän ei mahdollisesti saisi tehdä niin monipuolisia tehtäviä kuin nyt. Toiseksi hän kertoo pitävänsä työstään niin paljon, että tekisi sitä, vaikka voittaisi lotossa. Tässäkin esimerkissä raha on siis hyvin toissijainen tekijä. Kolmanneksi hän nostaa esille työnsä jäljen pysyvyyden. Hänestä jää jokin pysyvä jälki, joka ei katoa. Tämä luo selvästi individualistista todellisuutta yrittäjyydestä.

Näyte 26.

*”Luulen, etten halua vakavoitua koskaan, koska se rajoittaisi energiaani ja luovuuttani. Jos vakavoituisin, en ehkä voisi olla sellainen kuin aidosti olen, häpeilemätön improvisoija. Minä uskon, että ihminen saa eniten, kun hän tarttuu kiinni intohimoihinsa ja antaa niille aikaa ja rakkautta. Yrittäjän pitää uskaltaa olla myös disruptiivinen: rikkoa rajoja ja muuttaa instituutioita. Peruskoulussa näillä keinoilla pääsee lähinnä rehtorin puhutteluun.”*

Edellisessä näytteessä haastateltava puhuu vakavoitumisesta, joka rajoittaisi häntä persoonana. Hän ei suoraan rinnasta palkallisena työntekijänä oloa vakavoitumiseen, mutta sen voi tulkita vertauskuvana. Hän uskoo, että ihminen saa eniten, kun keskittyy toteuttamaan intohimonsa kohteita, toisin sanoen itseään. Hänen mukaansa yrittäjyys ei siis ainoastaan mahdollista mielekästä tekemistä, vaan jopa mahdollisuuden olla persoonana sellainen kuin hän aidoimmillaan kokee olevansa. Haastateltavan mukaan peruskoulussa disruptiivisuus johtaa lähinnä ongelmiin, kun taas yrittäjän on uskallettava rikkoa rajoja. Yrittäjyys ei siis pakota häntä asettumaan vaaditunlaiseen muottiin, kuten peruskoulussa tai työelämässä toisen palkkaamana voisi käydä. Yrittäjänä hän kokee voivansa hyödyntää vahvuuksiaan ja siten saada aikaan enemmän.

Itsensä toteuttamisen diskurssin keskiössä on mahdollisuus tehdä itselleen mieluisia ja merkityksellisiä töitä ja hyödyntää omia vahvuuksiaan, kuten edellisistäkin näytteistä käy ilmi. Seuraavissa lainauksissa korostuu kuitenkin myös itselle epämieluisien tehtävien välttely.

Näyte 27.

*”Pystyn oppimaan vaikka mitä, jos mua kiinnostaa”, Hed sanoo. ”Mutta jos mua ei kiinnosta, mun on tosi vaikea tehdä sen eteen mitään. Olen superlaiska jos ei nappaa. Delegoin sellaiset asiat tosi nopeasti niille, jotka ehkä nauttivat niistä enemmän.”*

Näyte 28.

*”Myös sokeus on pakottanut tekemään valintoja, jotka ovat vieneet oikeaan suuntaan. Jokiniemi on joutunut jo varhain luopumaan yrittäjän yksinkertaisista rutiineista, kuten laskuttamisesta. Ulkoistamalla tylsemät työt palkkaamilleen ihmisille Jokiniemi on saanut keskittyä asioihin, joissa hän on vahvin, suunnitteluun ja johtamiseen. Nyt hän noudattaa paremmin kuin koskaan ikivanhaa jesuiittamunkin ohjetta: Tee kaikkea, mikä on kivaa. Kaiken muun voit teettää toisilla. Se, mikä voi olla itselle epämiellyttävää, voi olla jollekin toiselle ihan mukavaa.”*

Näytteessä 27 Hed kertoo välttelevänsä epämieluisia tehtäviä, koska on laiska. Hän tekee mielellään asioita, joista on aidosti kiinnostunut, mutta tylsäksi kokemansa tehtävät hän jättää helposti tekemättä. Toisessa näytteessä yrittäjän sokeus on aiheuttanut sen, että hänen on kannattanut antaa monet rutiinityöt toisten hoidettavaksi. Yhteistä esimerkeille on haastateltavien suhtautuminen näihin tylsiksi ja ikäviksi kokemiensa tehtävien delegointiin. He kokevat sen tehokkaaksi ja hyväksi tavaksi ja uskovat jonkun toisen pitävän tehtäviä ainakin ihan mukavina. Yrittäjänä heidän on mahdollista luopua näistä ikävistä tehtävistä, keskittyä omiin vahvuuksiinsa ja kiinnostuksen kohteisiinsa. He myös kokevat sen olevan oikein, koska he voivat palkata tylsiksi kokemiinsa tehtäviin työntekijöitä, jotka pitävät niitä vähemmän tylsinä.

Vaurastumista tai taloudellista menestystä vähintäänkin sivutaan suurimmassa osassa aineistoni tarinoita. Kuten seuraavista näytteistä käy ilmi, se koetaan enemmän mahdollistajana kuin itseisarvona.

Näyte 29.

*”Raha ei ole Mikko Kodisojan tärkein motivaattori, vaan palava halu tehdä hyviä pelejä. Yrittäjyys tarjoaa mahdollisuuden tehdä asiat eri tavalla kuin muut. Hän ja muut Sumean pääomistajat nettosivat jokainen yli miljoona euroa käteisenä ja osakkeina, kun myivät yhtiön Digital Chocolatelle. Kodisoja osti silloin, seitsemän laiha vuoden jälkeen, riittävän suuren asunnon ja tilavan perheauton. Asuntovelasta hänen ei tarvitse enää huolehtia. Kun elämän perusasioiden*

*rahoittamiseen liittyvä paine poistuu, bisneksessä voi ottaa vähän suurempia riskejä.”*

Näyte 29 kuvastaa hyvin rahan merkitystä välinearvona: se ei ole tärkein motivaattori, mutta mahdollistaa asioita ja tuo turvaa. Tärkeintä haastateltavalle on tehdä hyviä pelejä, se on hänen intohimonsa. Yrittäjäyys mahdollistaa intohimon toteuttamisen ja taloudellinen menestys tuo turvaa, joka puolestaan mahdollistaa toiminnan kehittämisen, sillä hän kokee voivansa ottaa enemmän riskejä ja olla rohkeampi, kun henkilökohtainen talous on turvattu.

Näyte 30.

*”Minulle menestyminen tarkoittaa juuri nyt varsinkin onnellisuutta. Rahasta tai omaisuuden hankkimisesta en ole erityisen innostunut. Omaisuutta voi kertyä, miksipä ei. Mutta se ei ole asia, jonka vuoksi teen töitä.”*

Näyte 31.

*”Sirpa Jyrkkäselle menestys työssä tarkoittaa ennen kaikkea rauhaa. Se on hyvää oloa, varmuutta ja huolettomuutta. Menestys ei tarkoita rahaa, jos se on vain rahaa ilman rauhaa.”*

Edellisissä lainauksissa haastateltavat puolestaan puhuvat menestymisen merkityksestä. Kummallekaan se ei ensisijaisesti tarkoita vaurastumista, vaan henkistä hyvinvointia: toiselle onnellisuutta ja toiselle sisäistä rauhaa, hyvää oloa ja huolettomuutta. Raha kuitenkin nousee molemmissa esimerkeissä esille. Se koetaan jälleen mieluisena sivutuotteena, yksinään sillä ei koeta olevan suurta arvoa. Menestys nousee esille myös useassa muussa tarinassa. Menestyksen janoaminen yksilöllisistä lähtökohdista on hyvin tyypillistä itsensä toteuttamisen diskurssille.

Näyte 32.

*”Haluan näyttää niille, jotka alkuaikoina epäilivät, miten homma voi toimia. Mä vaan haluan aina suurta ja paljon, isoa ja näyttävää. Mulla on suuret suunnitelmat ja isot haaveet.”*



Haastateltava haluaa *”näyttää niille, jotka alkuaikoina epäilivät”*, eli toisin sanoen hän haluaa todistaa pystyvänsä toteuttamaan intohimoaan ja menestymään, mihin kaikki eivät hänen kokemuksensa mukaan alkuaikoina uskoneet. Tällainen tarve on hyvin yksilölähtöinen ja rakentaa itsensä toteuttamisen diskurssia, jossa kyse on yrittäjän omista sisäisistä intohimoista, tarpeista ja haluista, joita hän kykenee yrittäjyyden kautta elämään todeksi. Myös seuraavassa näytteessä yrittäjä kokee nimenomaan onnistumisen tunteen eteenpäin vieväksi voimaksi.

Näyte 33.

*”Jaan Apajalahtea ajaa eteenpäin voimakas halu onnistua isosti. Hän haluaa luoda elämänsä aikana vähintään yhden sellaisen yrityksen, josta kehittyy kansainvälinen menestystarina.”*

Edellisissä kahdessa näytteessä käsitellään menestymisen sivulla myös onnistumisen kokemusta. Näytteen 32 yrittäjä toteaa haluavansa suurta ja paljon, mikä määritelmänä jää hyvin avoimeksi, sillä se on hyvin yksilökohtainen. Jälkimmäisessä lainauksessa tavoite on *”onnistua isosti”*, minkä haastateltava itse määrittelee kansainväliseksi menestykseksi. Molemmista esimerkeistä käy ilmi onnistumisen kokemuksen yksilölähtöisyys. Ei ole yhtä mittaristoa saati arviota onnistumiselle, vaan se riippuu täysin yksilön omista tavoitteista ja lähtökohdista. Onnistumisen kokemukset edellyttävät haasteita, mikä nousee useammassa tarinassa esiin.

Näyte 34.

*”Jos Muurainen olisi uskonut muiden ihmisten suosituksia, Billnäsin hanke olisi pysähtynyt jo aikaa sitten. Mutta yrittäjän keho ja mieli tarvitsevat piinaa, ongelmanratkaisun painetta. Jos sitä ei ole, syke alkaa laskea. Sen huomaa etenkin joululomalla.”*

Näyte 35.

*”Traktoribisneksen jälkeen Aulis Kärkkäinen ajatteli lopettaa työnteon kokonaan. Hänestä tuntui silloin, 33-vuotiaana, että savotat oli nyt tehty. Kärkkäinen kesti sellaista ajatusta perjantain iltapäivästä maanantain lounasaikaan. Silloin hänelle tuli rauhaton olo.”*

Molemmat haastateltavat kuvaavat tekemättömyyttä vaikeaksi sietää, sillä he kaipaavat tekemistä ja haasteita – tai kuten näytteessä 34 todetaan: *piinaa*. Yrittäjyys siis tarjoaa kanavan purkaa tarvetta tehdä jotain, luoda uutta ja toteuttaa itseään. Se on tie menestykseen, mutta tärkeä myös itseisarvona.

Itsensä toteuttamisen diskurssi rakentaa hyvin yksilölähtöistä todellisuutta yrittäjyydestä. Yrittäjyys antaa yksilölle mahdollisuuden toteuttaa itseään, tehdä itselleen merkityksellisiä asioita ja luoda uutta. Diskurssia rakentavat tarve tehdä itselle mieluisia asioita omalla tavalla, haasteet ja onnistumisen kokemukset sekä menestyminen. Itsensä toteuttamisen diskurssin mukaisesti yrittäjä ei tee työtä elääkseen vaan toteuttaakseen itseään ja tavoitellakseen itselleen tärkeitä asioita.

#### 4.3 Vastuun diskurssi

Kolmannen diskurssin näkökulma on edellistä huomattavasti laajempi, sillä siinä missä edellinen diskurssi oli lähtökohdiltaan hyvin yksilökeskeinen ja tarkasteli yrittäjää itseään, vastuun diskurssi keskittyy yrittäjyyden ja ympäristön suhteisiin. Vastuun diskurssin keskiössä on yrittäjien puheesta kumpuava eettinen näkökulma ja vastuu ympäröiviä sidosryhmiä kohtaan. Diskurssi pohjaa löyhästi Janne Tienarin ja Eero Vaaran (2002) yhteiskunnalliseen diskurssiin, jonka he tunnistivat tutkiessaan yritysfuusioiden ja -ostojen perustelua, oikeutusta ja legitimointia mediassa. Tienarin ja Vaaran tutkimuksesta poiketen nimesin kolmannen diskurssin vastuun diskurssiksi, sillä aineistossani korostuu nimenomaan vastuu sidosryhmiä ja yhteisöjä kohtaan.

Tienari ja Vaara (2002) tarkastelivat kolmea historiallisesti merkittävää yrityskauppaa koskenutta uutisointia suomalaisessa mediassa. He havaitsivat neljä hyvin erilaista diskurssia: 1) rationaalinen, 2) kulttuurinen, 3) yhteiskunnallinen ja 4) individualistinen diskurssi, jotka mahdollistivat laajan näkökulman aiheeseen tuoden eri äänet esille ja tarjoten siten erilaisia tarkoituksia yritysfuusioiden ja -ostojen perustelemiselle ja toiminnan oikeuttamiselle. Kolmas eli yhteiskunnallinen diskurssi, johon havaitsemani vastuun diskurssi pohjautuu, toi tarkasteluun muita laajemman perspektiivin. Sille ominaista on yleisemmän tason pohdinta fuusioiden ja kauppajen yhteiskunnallisista seurauksista. Diskurssin keskeisinä rakentajina olivat eri sidos- ja eturyhmät, jotka myös

osallistuivat keskusteluun aktiivisesti. Osittain myös siitä johtuen käytetty sanastokin erosi muiden diskurssien perinteisestä johtamisretoriikasta ollen enemmän kriittistä sosiologista kieltä ja nostaen esiin myös mahdollisia ongelmia.

Tutkimukseni lähtökohta on erilainen kuin Tienarin ja Vaaran, sillä he keskittyivät tarkastelemaan millaista todellisuutta yritysfuusioista ja -ostoista mediassa luodaan, kun taas itse tarkastelen aineistossani haastateltujen yrittäjien puheesta rakentuvaa kuvaa yrittäjyydestä. Vastuun diskurssi on yksi tunnistamistani ja selvästi muista erottuva, mutta täysin odottamaton diskurssi, joka kumpuaa haastateltavien puheesta. Aineistossani vastuun diskurssi rakentuu kahden sidosryhmän: työntekijät ja asiakkaat sekä kahden laajemman kontekstin: yhteisöt ja nuoret, ympärille. Sidosryhmiin, eli työntekijöihin ja asiakkaisiin, kohdistuvan vastuun lisäksi myös vastuu yhteiskunnan tai oman yhteisön, esimerkiksi kaupungin, kehittämisestä sekä nuorien yrittäjien mahdollisuuksien tukemisesta toistuu usean haastateltavan puheessa.

Vastuu työntekijöitä kohtaan on usein ensisijaisesti vastuuta työntekijöiden työn jatkuvuuden ja siten myös taloudellisen aseman turvaamiseksi.

Näyte 36.

*”Huonoina vuosina hän saattaa kituuttaa useita kuukausia ilman palkkaa, jotta hänen ei tarvitse lomauttaa työntekijöitä, potkuista puhumattakaan. [...] Yrittäjä ja työntekijät menestyvät yhdessä, kun tilannekuva, tavoitteet ja arvot ovat yhteisiä.”*

Edellisessä näytteessä haastateltava kertoo leikkaavansa tarvittaessa omasta palkastaan, jotta ei joutuisi lomauttamaan tai irtisanomaan työntekijöitään. Vastuu muiden työn jatkuvuudesta ajaa siis oman edun edelle. Yrittäjä uskookin vahvasti yhdessä tekemiseen sekä menestymiseen, mikä vaatii myös avoimuutta, kuten hän itse kertoo.

Näyte 37.

*”Kauneushuone SJ:llä on Turun keskustassa sadan neliön liikehuoneisto, jossa työskentelee yrittäjän lisäksi kaksi kosmetologia. Jos tilanne muuttuu todella vaikeaksi – jos asiakkaat katoavat – yrittäjä voi helposti supistaa toimintaa. Jos myynti taas pienenee mutta ei romahda, hän*

*vähentää omaa tekemistään, jotta muilla kosmetologeilla pysyy täysi kuorma päällä.”*

Myös näytteessä 37 yrittäjä kertoo tarvittaessa vähentävänsä omaa työmääräänsä, jotta hänen työntekijänsä voivat tehdä täysiä työtunteja. Toisaalta hän myös tuo esiin, että jos tilanne muuttuisi todella vaikeaksi, hän pystyisi tarvittaessa supistamaan toimintaansa helposti. Yrittäjä siis haluaa huolehtia työntekijöistään ja tarvittaessa laittaa heidän etunsa omansa edelle, mutta hän on kuitenkin turvannut oman asemansa, mikäli jos tilanne heikentyisi todella radikaalisti. Hieman samansuuntaista pohdintaa, mutta laajemmassa mittakaavassa, on myös seuraavassa näytteessä.

Näyte 38.

*”Pitäisikö sellaisten ihmisten, joiden kyvyt näyttävät sopivan erinomaisesti yrityksen johtamiseen ja omistamiseen, suojata omaisuutensa? Vai pitäisikö heidän käyttää vauruttaan niin, että se voi tarjota työtä ja hyvinvointia niille, joista ei ole yritysrisikin kantajiksi? Tämä on Lehden mielestä myös moraalinen kysymys. Yrittäjä ei ole mikään pyyteetön hyväntekijä, enkelistä puhumattakaan. Yrittäjä on yrittäjä. Mutta yrittäjä voi menestyä yhdessä työntekijöidensä kanssa, kun hän laittaa omat rahansa peliin ja tekee vilpittömästi parhaansa.”*

Haastateltava pohtii pitäisikö yrittäjän keskittyä omaisuuden kasvattamiseen ja suojaamiseen vai rakentaa hyvinvointia ja vaurautta myös ympärilleen. Hän jakaa ihmiset yrittäjiin ja heihin, joista ei ole yrittäjäriskiä kantamaan, eli palkkatyöntekijöihin. Hänen mukaansa yrittäjä ei ole pyyteetön hyväntekijä, mutta menestys voidaan luoda yhdessä työntekijöiden kanssa, minkä mahdollistaminen on hänen kokemuksensa mukaan myös yrittäjän moraalinen tehtävä. Yrittäjän kokema vastuu työntekijöitä kohtaan voi näkyä myös investointipolitiikassa, kuten seuraavassa näytteessä ilmenee.

Näyte 39.

*”Olen käyttänyt lähes kaikki mahdolliset tuotot firman kasvattamiseen. Panostan paljon asentajien hyvinvointiin ja työkaluihin. Asentajat viihtyvät, kun he saavat tehdä työtä kunnon vehkeillä.”*

Yrittäjä ei tässäkään tapauksessa ole keskittynyt keräämään kaikkia taloudellisia voittoja itselleen, vaan investoi ne takaisin yritykseen. Hän kertoo haluavansa pitää työntekijänsä tyytyväisinä, mikä onnistuu kunnollisina välineinä ja hyvinvoinnista huolehtimisella. Näytteestä käy ilmi myös yrittäjän halu turvata työntekijöiden pysyvyys huolehtimalla heidän viihtymisestä. Taloudellisen vastuun lisäksi useampi yrittäjä tuo esille myös kokemuksen työntekijöiden kehittymisestä yksilöinä. Näytteessä 40 yrittäjä on myös mielissään siitä, että saa itse valita kollegansa.

Näyte 40.

*”Palkkatöissä joutuu kestämään työkavereita, jotka joku toinen on valinnut, Widgrén sanoo. [...] Ihanaa nähdä, miten ne [työntekijät] kehittyy.”*

Haastateltava kertoo myös nauttivansa työntekijöidensä kehityksen seuraamisesta. Yrittäjälle on siis tärkeää rekrytoida mielestään sopivimmat työntekijät, joiden kehitystä hän haluaa tukea ja seurata. Samoilla linjoilla on myös toinen haastateltava.

Näyte 41.

*”Johtamisessa hienointa on, kun näkee, miten joku kehittyy työssään ja kasvaa ihmisenä. Toinen ja se raskaampi puoli on, että henkilöstön asiat vaativat paljon aikaa ja energiaa. Aina on jollakin jotain. Mä otan usein ne asiat turhan henkilökohtaisesti.”*

Samoin kuin edellisessä näytteessä, tämäkin yrittäjä kokee tärkeäksi nähdä ja oman tekemisensä kautta edesauttaa työntekijöidensä kasvua, niin ammatillista kuin henkistä. Hän tunnustaa johtamisen olevan kuitenkin myös rankkaa, sillä hän ottaa nämä asiat usein henkilökohtaisesti. Vastuu nimenomaan juuri työntekijä-sidosryhmää kohtaan on raskas johtuen sen henkilökohtaisesta luonteesta ja vastuun monipuolisuudesta. Yrittäjät kokevat vastuuta työntekijöiden taloudellisesta tilanteesta sekä kehittymisestä. Kollegoiden erottaminen osoittaa myös vastuun raadollisen puolen.

Näyte 42.

*”Niklas Hed on katunut valintaansa yhden mikrosekunnin ajan. Roviolla oli silloin paha rahapula, ja hän joutui antamaan potkut kahdellekymmenelle ihmiselle.”*

Vaikea taloustilanne ja sitä seuranneet irtisanomiset saivat yhden yrittäjän katumaan valintaansa yrittäjäksi ryhtymisestä. Henkilökohtaiset suhteet eivät mahdollista kasvottomien YT-neuvotteluiden ja prosessien taakse piiloutumista, vaan irtisanominen on tehtävä suoraan. Kuitenkin suhde työntekijöihin koetaan tärkeäksi ja henkilötasolla pääosin iloa tuottavaksi. Yksi haastateltavista tiivistääkin olevansa työntekijöistään sekä kiitollinen että ylpeä.

Näyte 43.

*”Olen kiitollinen siitä, että firmoissa on töissä upeita ihmisiä, jotka heräävät työhönsä joka päivä ja ovat valmiita antamaan sille kaikkensa. Olen niin ylpeä heistä, että sitä on vaikea pukea sanoiksi.”*

Toinen sidosryhmä, joka nousi vastuun diskurssissa toistuvasti esille, oli asiakkaat. Asiakkaiden kohdalla usein mainittiin halu auttaa, ratkaista ongelmia sekä luottamuksen ja suhteiden rakentaminen. Kauneushoitolan omistaja uskoo voivansa auttaa asiakkaitaan perinteistä kosmetologin hoitotyötä syvemmin.

Näyte 44.

*”Jyrkkänen uskoo, että hän on saanut synnyinlahjaksi kosketuksen taidon. Että hänen käsissään on taikaa, jonka avulla voi auttaa toisia ihmisiä. Hän sanoo tuntevansa sormenpäissään asiakkaan tunnetilan. Tämä saattaa olla hoidon ensimmäisillä minuuteilla hyvin pidättyväinen, mutta avaakin yhtäkkiä yrittäjälle koko elämänsä. Luottamus on arvokas asia Jyrkkäselä. Hän sanoo, että hoitaminen on vähintään 50-prosenttisesti henkistä työtä, toisen lukemista.”*

Yrittäjä uskoo saaneensa synnyinlahjaksi hoitotyössä auttavan kosketuksen taidon. Taidon, jota ei siis voi harjoitella ja kehittää, vaan jonka syntyessään saa tai ei saa. Hän kuvaa taitoa taiaksi käsissään, eli hän kokee siinä olevan jotain maagista ja yliluonnollista,

minkä avulla hän voi auttaa muita. Ikään kuin hän olisi saanut synnyinlahjan myötä ennalta annetun tehtävän auttaa muita. Maallisemmasta ja käytännönläheisemmästä näkökulmasta hän nostaa esille asiakkaan lukemisen ja hoitotyön myötä rakentuvan luottamuksen tärkeyden. Vastuun diskurssia rakentaa yrittäjän ajatus hänelle annetusta tehtävästä auttaa asiakkaitaan. Seuraavassakin näytteessä yrittäjä haluaa auttaa asiakkaitaan, joskin ilman ylikuonnollista näkökulmaa.

Näyte 45.

*”Kun asiakas tulee meille, se on niin kuin kotiin tulisi. Me tehdään asiakkaan hyväksi kaikki, sellaisetkin hommat, jotka eivät meille kuulu.”*

Näytteestä ilmenee, että yrittäjän ajatusten keskiössä on asiakas. Haastateltava haluaa tehdä tämän hyväksi kaiken mahdollisen ja mainitsee erikseen myös sellaiset tehtävät, jotka eivät heille varsinaisesti kuulu. Haastateltava vertaa tavoittelevansa asiakaskokemusta kotiin tulemisella, mikä herättää mielikuvia lämmöstä ja välittämisestä. Asiakasta halutaan auttaa ja palvella, jopa yli oman vastualueen, jotta tämä kokisi olonsa kotoisaksi.

Useamman haastateltavan kohdalla vastuun diskurssi rakentui myös laajempien sidosryhmien tai yhteisöjen ympärille, kuten seuraavassa näytteessä käy ilmi.

Näyte 46.

*”Ihminen kun kahteloo ympärilleen, niin se huomaa tuon tuostaki jonkun älyttömyyvven ja ruppee kysyttelemään sitä. Tarpeita on pilivin pimmein muallimalla, yksinkertaisia asioita, joita ei ole vain vielä kukkaan tehny.”*

Yrittäjä kokee, että maailmassa on paljon keskeneräisiä, huonosti hoidettuja ja kokonaan tekemättömiä asioita. Asioita, jotka voisi tehdä tehokkaammin ja paremmin, mutta joita kukaan ei ole vielä tehnyt. Toisin sanoen yrittäjä on myös ongelmanratkaisua ja tarpeita on haastateltavan mukaan ”pilivin pimmein muallimalla”. Ongelmanratkaisu auttaa sekä laajempaa yhteisöä ja rakentaa siten vastuun diskurssia. Edellinen lainaus yrittäjä tuntee vastuuta laajemmalle, rajaamattomalle yhteisölle, mutta seuraavassa näytteessä yhteisöt ovat spesifimmät.

Näyte 47.

*”Siihen suuntaan ohjasi myös Lehden maailmankatsomus, jonka kulmakiviä ovat koti, uskonto, isänmaa ja Tampere. Hänestä on tärkeää, että teollinen toiminta jatkuu Suomessa. Jonkun täytyy kantaa vastuuta muuallakin kuin juhlapuheissa, joten lähdin tekemään omaa osuuttani.”*

Haastateltava puhuu maailmankatsomuksesta ja sen kulmakivistä, jotka hän rajaa kolmeen selkeään ryhmään: koti, isänmaa ja Tampere sekä neljänteen abstraktimpaan kontekstiin, uskontoon. Isänmaa ja yrittäjän kotikaupunki Tampere ovat sellaisia sidosryhmiä, joita kohtaan yrittäjä kokee vastuuta. Hän haluaa tehdä töitä turvatakseen teollisen toiminnan jatkuvuuden Suomessa. Yrittäjä puhuu tässä tapauksessa suoraan vastuusta: ”Jonkun täytyy kantaa vastuuta muuallakin kuin juhlapuheissa.” Hänen mukaansa ei riitä, että huolta kannetaan ajatuksen tasolla, vaan jonkun pitää kantaa vastuuta ja tehdä konkreettisia tekoja. Ilmaisuihin ”lähdin tekemään omaa osuuttani”, kuulostaa siltä, että yrittäjä uskoo, että hänellä on oma osansa vastuussa kotimaan ja -kaupungin teollisuuden jatkuvuudesta.

Toiselle haastateltavalle ylpeyden aihe on hänelle tärkeän eturyhmän asioiden edistäminen.

Näyte 48.

*”Yrittäjän patsas paljastettiin Helsingin Narinkkatorilla Yrittäjän päivänä 5. syyskuuta 2006. Yrittäjän päivästä tuli virallinen liputuspäivä muutamia vuosia myöhemmin. Näistä saavutuksistaan Antinmäki on vielä ylpeämpi kuin omista bisneksistään. Hän on saanut aikaan jotakin vielä suurempaa kuin vain hyvinvointia itselleen ja työntekijöilleen.”*

Haastateltavalle työskenteli saadakseen yrittäjyydelle merkkipäivän sekä kotikaupunkiinsa Helsinkiin yrittäjän patsaan, sillä hänelle oli tärkeää yrittäjyyden arvostuksen kohentaminen. Yrittäjät ja yrittäjyys ovat hänelle eturyhmä, josta hän kokee vastuuta ja jonka puolesta hän haluaa työskennellä. Hän kokee onnistumisestaan tässä kontekstissa suurempaa tyydytystä kuin oman yrityksensä menestyksestä, sillä tällä asialla on laajempikantoiset vaikutukset ja hän rakentaa osaltaan jotain suurempaa. Jälleen tässäkin



esimerkissä vastuun diskurssin vastinparina löytyy itsensä toteuttamisen diskurssia.

Vastuun kantaminen tuo myös henkilökohtaista tyydytystä.

Kotimaata tai -kaupunkia koskeva vastuu on haastateltavien tarinoissa keskeisessä osassa kuten myös yrittäjät ja yrittäjyys, kuten edellisestä lainauksesta käy ilmi. Vielä useimmin kuitenkin toistuu vastuu nuorista yrittäjistä, heidän mahdollisuuksiensa ja toimintaympäristön turvaamisesta sekä toiminnan tukemisesta.

Näyte 49.

*”Uusin haaveeni on, että taloustilanteeni olisi viimeistään vuonna 2020 sellainen, että voisin lähteä rahoittamaan muita nuoria yrittäjiä.”*

Näyte on kirjan tekohetkellä 19-vuotiaan yrittäjän tarinasta. Hän kertoo näytteessä haaveensa, joista yksi on muiden nuorten yrittäjien tukeminen. Se on haaveista ainoa, joka on aikataulutettu, eli voisi myös ajatella sen olevan enemmän pitkän aikavälin tavoite. Joka tapauksessa muiden tukeminen edellyttää yrittäjän menestymistä omassa liiketoiminnassaan. Näyte on mielenkiintoinen siitäkin syystä, että haastateltava on kirjan yrittäjistä nuorin, mutta kuitenkin vastuu muista nuorista yrittäjistä on jo niin suuri, että hän listaa sen yhdeksi haaveekseen. Hänen henkilökohtaiset haaveensa ovat myös verrattain maltilliset ja muiden tukeminen on mahdollisesti myös taloudellisesti merkittävin unelma. Myös kokeneempien ja varttuneempien haastateltavien tarinoissa nuorten yrittäjien tukeminen nousee esiin.

Näyte 50.

*”Sarasvuo on käynyt palvelemassa yrittäjänalkuja Aalto-yliopiston Venture Garagessa ja Saunassa. Hänen kuvaamansa nuoret ihmiset ovat nälkäisiä ja pelottomia. He luottavat itseensä kuin kallioon, mutta se ei ole samanlaista hörhöilyä kuin 2000-luvun vaihteen IT-kuplassa. Jotkut lahjakkaat nuoret ovat tehneet Sarasvuohon niin suuren vaikutuksen, että hän on sijoittanut rahaa heidän yrityksiinsä.”*

Lainauksessa kuvataan yrittäjän palvelevan nuoria yrittäjiä erilaisten yrittäjäohjelmien kautta. Palvella-sana luo voimakkaan mielikuvan pyyteettömästä ja nöyrästä auttamisesta sekä myös hierarkiasta. Ikään kuin nuoret olisivat tämän yläpuolella ja hänen tehtävänsä

on auttaa heitä. Tehtävä ei kuitenkaan tässä kontekstissa perustu hierarkiaan, vaan yrittäjän kokemaan vastuuseen – se on hänen tehtävänsä. Osaan yrityksistä hän on sijoittanut myös taloudellisesti, mutta päätehtävä on nuorten, lahjakkaiden tukeminen oman osaamisen ja kokemuksen kautta.

Seuraavan näytteen haastateltava pohtii vastuuta edellisiä konteksteja laajemmassa mittakaavassa.

Näyte 51.

*”Suomi tarvitsee uusia työpaikkoja ja kasvuhakuisia yrittäjiä, jotta se selviää. Tuleville sukupolville kasattu velka hävettää minua. Jos emme onnistu nuorten työllistämisessä ja velan kasvun taittamisessa, olemme epäonnistuneet siinä ainoassa asiassa, jossa meidän olisi pitänyt onnistua.”*

Haastateltava pohtii Suomen taloudellista tilannetta, valtion velkaantumista ja työllisyyttä. Hänen mukaansa yrittäjyys on keskeinen tekijä Suomen selviämisessä viitaten taloudellisiin kehityssuuntiin. Yrittäjänä hän kokee kantavansa tästä vastuuta ja siten epäonnistuminen johtaisi häpeän kokemukseen.

Vastuun diskurssille on ominaista yrittäjän kokema vastuu suuremmasta kokonaisuudesta ja hyvästä kuin vain oman yrityksen menestys ja oman varallisuuden kartuttaminen. Vastuuta koetaan erityisesti tiettyjä sidosryhmiä, kuten työntekijöitä tai asiakkaita, kohtaan sekä laajempia yhteisöjä, kuten kotimaata- ja kaupunkia tai muita yrittäjiä, etenkin nuoria sellaisia, kohtaan. Vastuun diskurssille on ominaista tietynlainen me-henki, jossa yhdessä tavoitellaan suurempaa hyvää, mutta vastuu siitä on yrittäjällä. Esimerkiksi yhdessä työntekijöiden kanssa yrittäjä voi varmistaa yrityksen menestyksen ja siten kaikkien taloudellisen turvan, mutta vastuu tästä on yrittäjällä. Vastuun diskurssille ja itsensä toteuttamisen diskurssille molemmille on tyypillistä eräänlaisen merkityksellisuuden rakentuminen. Vastuun diskurssissa merkitys rakentuu vastuunkannon ja suuremman hyvän ympärille, kun taas itsensä toteuttamisen diskurssissa sen ydin on diskurssin nimen mukaisesti itsensä toteuttaminen. Niille on myös hyvin tyypillistä ilmetä rinnakkain, sillä vastuun kanto tuo myös individualistista tyydytystä, mutta kun itsensä toteuttaminen luo yrittäjyydestä hyvin yksilölähtöistä

kuvaa, jossa yrittäjä toteuttaa itseään, vastuun diskurssi puolestaan rakentaa yhteisöllistä kuvaa yrittäjyydestä ja keskiössä on suuremman hyvän rakentaminen ja vastuun kantaminen sidos- ja eturyhmistä.

#### 4.4 Yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi

Neljäs diskurssi keskittyy sukupuolisensitiivisen näkökulman tarkasteluun. Toisin sanoen se tarkastelee millaista sukupuolittunutta todellisuutta yrittäjyydestä tarinoissa luodaan. Alun perin tarkoitukseni oli tarkastella edellisiä kolmea diskurssia myös sukupuolisensitiivisestä näkökulmasta, mutta aineistoon perehdyttyäni ymmärsin sukupuolen muodostavan oman diskurssin sen sijaan että jokainen havaitsemistani diskursseista olisi sukupuolittunut.

Tarkastelen neljättä diskurssia peilaten sitä Mila Engelbergin (2016) väitöskirjan tutkimustuloksiin. Engelberg tarkasteli suomen kielen kielellistä sukupuolijärjestelmää ja sen miesnormatiivisuutta kielen geneerisen maskuliinisuuden, ihmisviittausten piilomaskuliinisuuden ja mies-sanan pronominaalisen käytön kautta. Geneerisellä maskuliinisuudella tarkoitetaan maskuliinisukuisten ilmaisujen käyttöä yleistävästi, koskemaan molempia sukupuolia. Esimerkkejä tästä ovat monet ammattinimikkeet, kuten *virkamies* sekä useat vakiintuneet sanonnat ja ilmaisut, esimerkiksi *jokamiehen oikeudet*. Piilomaskuliinisuudella tarkoitetaan ilmiötä, jossa sukupuolineutraalit ihmisviittaukset tulkitaan yleisemmin tarkoittamaan miehiä kuin naisia. Esimerkkejä tällaisista nimityksistä on Engelbergin mukaan vaikkapa *johtaja* ja *insinööri*, jotka usein tulkitaan miesvaltaisten tarkoitejoukkojensa perusteella maskuliinisiksi, vaikka ne voisivat viitata molempiin sukupuoliin. Engelberg keskittyi erityisesti tarkastelemaan sellaisia sukupuolineutraaleja ihmisviittauksia, joiden tarkoitejoukko ei ole maskuliininen, mutta viittaukset silti tulkitaan useimmiten koskettamaan miehiä; esimerkiksi suomalainen ja ihminen. Lisäksi väitöskirjassa perehdytään mies-sanan pronominaaliseen kehittymiseen, eli hän- tai tämä -pronominin korvaamiseen mies-sanalla.

Piilosukupuolisuus on hyvin keskeinen sukupuolittuneen diskurssin rakentaja. Engelbergin (2016) mukaan piilomaskuliinisuus ja ihmisviittausten odotusarvoinen sukupuoli paljastuvat esimerkiksi silloin, kun nimityksen konnotoima sukupuoli ei vastaa tapauksen

sukupuolta, jolloin usein termin eteen lisätään tarkentava sukupuolimääre. Aineistostani poimittu näyte on hyvä esimerkki tästä.

Näyte 52.

*”Sellaiset ihmiset, jotka kuulevat hänen tarinoitaan ensimmäisen kerran, tuskin arvaavat että tässä on yksi valtakunnan kovimmista naisyrittäjistä, rouva yrittäjäneuvos, joka tuntee henkilökohtaisesti lähes kaikki maan vallankäyttäjät.”*

Näytteessä ei puhuta pelkästään yrittäjästä, vaan käytetään lisäksi tarkentavaa sukupuolimäärettä *naisyrittäjä*. Sukupuoli kertaantuu vielä toisen kerran yrittäjäneuvoksen eteen lisätyllä rouva-sanalla. Nämä paljastavat yrittäjä-sanana maskuliinisen konnotaation, sillä tuskin aineistossa olisi kirjoitettu valtakunnan kovimmasta miesyrittäjästä, herra yrittäjäneuvoksesta. Naispuolinen yrittäjä on siis poikkeus tarkoitejoukostaan ja siksi sukupuoli nousee esiin. Engelberg (2016) toteaa huomattavan osan ihmisen nimitysten piilosukupuolisuudesta selittyvän kielen ulkopuolisesta todellisuudesta. Keskitynkin analyysissäni tarkastelemaan laajempaa piilosukupuolisuutta ja sen tuottamaa kuvaa yrittäjyydestä. Tarkastelen siis piilosukupuolisuutta ilmaisujen ja ihmisviittausten lisäksi kulttuuristen käytänteiden läpi.

Mies-sanana pronominaalinen käyttö rakentaa osaltaan yrittäjyyden sukupuolittunutta diskurssia ja mies-sanana lisäksi aineistossani esiintyi myös herra-sanana käyttöä pronominaalisessa muodossa.

Näyte 53.

*”Wahlroos oli nähnyt Varsinais-Suomen maakuntamuseossa 200 vuotta vanhan biljardipöydän, jonka hän olisi halunnut ostaa, mutta se ei ollut kaupan. Herrat sopivat, että Wooden tekisi Wahlroosille samanlaisen pöydän.”*

Näytteessä 53 herrat toimittaa pronominin virkaa, eli sitä käytetään pronominaalisessa tarkoituksessa, vaikka yhteyteen olisi sopinut hyvin myös *he*.

Näyte 54.

*”Uusien tietokoneohjattujen laitteiden ansiosta Laitila tarvitsi vain yhden panimomestarin, kun kilpailijoiden lattioilla näitä arvokkaita herroja pyöri ruuhkaksi asti.”*

Edellisessä näytteessä *arvokkailla herroilla* viitataan panimomestareihin ammattikuntana, eikä sukupuolen esiintuomisella ole itsessään merkitystä, vaan *herrat* on sukupuolta korostava subjekti, jonka olisi voinut korvata myös sukupuolineutraaleilla nimikkeillä kuten *ammattilainen* tai *työntekijä*.

Näyte 55.

*”Sarasvuo kirjoitti City-lehteen ja työskenteli kesätoimittajana Suomen Kuvalehdessä ja MTV3:lla. Mediapomot huomasivat nopeasti miehen lahjakkuuden.”*

Edellisessä näytteessä *mies*-sana korvaa puolestaan pronominin *hän* tai *tämä*. *Mies*- ja *herra*-sanoilla on kaikissa lainauksissa positiivinen, arvostava konnotaatio. Ensimmäisessä näytteessä *herrat sopivat*, mistä kaikuu luottamus, molemminpuolinen yhteisymmärrys ja se tuo mieleen vakiintuneen sanonnan *herrasmiehsopimus*, jolla yleisesti viitataan suulliseen sopimukseen, joka perustuu luottamukseen ja kunnioitukseen, koska sopimuksen osapuolet ovat *”herrasmiehiä”*. Keskimmaisessä näytteessä *herrat*-sana viittaa osaavaan ja ilmeisen vähälukaiseen ammattikuntaan, mikä tarkoittaa heidän olevan yritykselle arvokas investointi korkeiden palkkojen muodossa. Viimeisessä näytteessä pomot huomasivat *miehen lahjakkuuden*, ikään kuin miehisyyks olisi lahjakkuuden selittävä tekijä. Myös Engelberg (2016) esittää mies-pronominin käyttöön kuuluvan usein miestekijyyden ihailua ja vahvistamista sekä luodaan miesten yhteenkuuluvuutta.

Geneerinen maskuliinisuus tarkoittaa siis miehisyyden eksplisiittistä yleistämistä normiksi. Miehisyyttä nimityksiä sekä muuta maskuliinista kieliaineistoa käytetään viittaamaan kaikkiin. (Engelberg 2016.) Aineistostani löytyneistä geneerisen maskuliinisuuden esimerkeistä suurella osalla viitataan työntekijöihin. Puuverstaalla työskentelee *”viisi haalarimiestä”* (s. 25) ja myyntityössä aktiivinen toimitusjohtaja *”osoittautui villiksi myyntimieheksi”* (s. 58). Ahkera työntekijä on *”kova työmies”* s. 244 ja pelintekijä

puolestaan *"pelimies"* (s. 192). Ruukin omistaja on *"patruuna, ruukin isäntä"* s. 230 ja kun pitää päästä sinne, missä asioista päätetään, pitää päästä *"päämiesten iholle"* (s. 47). Kaikki edelliset esimerkit voisivat viitata myös naiseen, mutta maskuliinista muotoa käytetään viittamaan sekä miehiin että naisiin. Huomattavaa on myös se, että selvästi suurimmassa osassa edellisistä esimerkeistä on myönteinen tai vähintään neutraali sävy. Aineistossa mainitaan kyllä myös ongelmassa olevat *"laiskat konepajamiehet"* (s. 47), mutta esimerkki on poikkeus muuten positiivisesta sävystä.

Löysin myös esimerkkejä yleistyneistä ja asemansa vakiinnuttaneista sanonnoista, jotka noudattavat geneerisen maskuliinisuuden muotoa. Yritys, jossa on vain yksi toimija, eli yrittäjä-työntekijä, on *"yhden miehen firma"* (s. 60). Yrittäjyyden yksi parhaista puolista on mahdollisuus olla *"oman almanakkansa herra"* (s. 65), eli toisin sanoen aikatauluttaa oma kalenterinsa ja hallita ajankäyttöään. Geneeristä feminiinisyyttä ilmeni erittäin vähän, mutta *"kympin tyttö"* (s. 144) on esimerkki siitä. Ilmaisulla viitataan täydellisyyttä tavoittelevaan ihmiseen ja sen vire on ainakin hieman kielteinen, sillä usein tällaisen perfektionistin katsotaan olevan epävarma ja itseensä aina tyytymätön.

Piilomaskuliinisuus on yrittäjyyden sukupuolittuneen diskurssin merkittävin rakentaja niin ihmisviittausten, ilmaisujen kuin myös kulttuuristen käytänteiden kautta.

Ihmisviittauksissa sillä tarkoitetaan sinällään sukupuolineutraalia termiä, joka pääsääntöisesti tulkitaan miehiseksi, vaikka se sinällään voisi viitata sekä miehiin että naisiin. Yksi aineistoni useimmiten esiintyneistä piilomaskuliinisista ihmisviittauksista on *kaveri*.

Näyte 56.

*"Tunsin yhden kaverin, jolla oli vastuu 2000 henkilöstä, mutta hän ei pystynyt päättämään mitään."*

Näyte 57.

*"Juhani Lehden kilpailuvietti on aina ollut hirmuinen. Nokian vuosina hän yritti käydä töissä polkupyörällä, mutta siitä ei tullut mitään. Hän ei voinut sietää sitä, että joku kovempikuntoinen kaveri ajoi ohi."*

Näyte 58.

*”Siivonen oli viettänyt vuoden vaihto-oppilaana Hollannissa, ja hän mainitsi muutamalle kaverilleen, että jostakin syystä hollantilaiset saavat lautasilleen vain harvoin hyvää kalaa. Oltiin teräviä kavereita ja kekattiin, että ryhdytään viemään Keski-Eurooppaan kirjolohta.”*

Perinteisesti *kaveri*-sanalla viitataan puhujalle läheiseen ihmiseen ja sitä voidaan pitää synonyymina ystävälle. Edellisistä näytteistä viimeisessä, näytteessä 58, ensimmäisellä *kaveri*-viittauksella tarkoitetaan haastateltavan tosiasiallisia kavereita, tälle läheisiä ihmisiä. Muutoin esimerkeissä sillä viitataan yleisluontoisesti johonkin ihmiseen. *Kaverin* voisi korvata myös monella muulla, ja mahdollisesti informatiivisemmalla, sanalla. Ensimmäisessä esimerkissä tilalle sopisi johtaja-sana, kun lainauksessa puhutaan henkilön kantamasta esimiesvastuusta ja toisessa näytteessä puolestaan pyöräilijä-sana sopisi yhteyteen hyvin. Kolmannessa näytteessä yrittäjän muistellessa nuoruuttaan jälkimmäisen *kaveri*-viittauksen voisi korvata esimerkiksi *”oltiin teräviä nuoria”*.

Kaveri-sanasta on siis muodostunut oma ihmisviittauksensa muoto, jolla voidaan viitata läheisen ihmisen sijaan lähes kehen tahansa. Sanalla on kuitenkin maskuliininen konnotaatio, sillä yleisesti sukupuolineutraaleina pidetyt ihmisviittaukset tulkitaan jo lähtökohtaisesti useammin viittaamaan miehiin kuin naisiin. (Engelberg 2016.) Kussakin näytteessä konteksti on eri, eikä sisällöstä tai asiayhteydestä sinällään pysty päättämään kyseisen ihmisen tai joukon sukupuolta, joten niitä voidaan sinällään pitää sukupuolineutraaleina viittauksina. Kuitenkin kun tarkastelee yhteyttä ja käytettyjä adjektiiveja, maskuliininen konnotaatio on vahva. Ensimmäisessä näytteessä *kaveri*-sanalla viitataan johtajaan, jonka tarkoitejoukko on miesvaltainen ja sillä perusteella se useimmiten tulkitaan maskuliiniseksi. Toisessa näytteessä puhutaan *kovempikuntoisesta kaverista*, jolla viitataan urheilija-tarcoitejoukkoon, joka myös mielletään miesvaltaiseksi ja siten maskuliiniseksi. Kolmannessa näytteessä *kavereita* kuvataan teräviksi ja älykkyys puolestaan on piirre, joka perinteisesti liitetään miehiin.

Osassa näytteitä alun perin piilomaskuliininen, -feminiininen tai neutraali ihmisviittaus paljastuu puhtaan sukupuolittuneeksi tarkentavilla ilmaisuilla.

Näyte 59.

*”Tehtiin pirusti koodia ja uutta kauppaa. Jengi koodasi siellä ilman paitaa ja välillä biletettiin kuin järjettömät. Minulta meni joskus monta päivää, etten käynyt kotona.”*

Näytteessä 59 sana *jengi* voidaan tulkita piilomaskuliiniseksi sen tarkoitejoukon miesvaltaisuuden myötä – suurin osa ohjelmistokehittäjistä, eli koodareista, on yhä miehiä. Kuitenkin varsinaista epäselvyyttä sanan miehisestä tarkoitejoukosta ei jää, kun haastateltava kertoo näiden työskennelleen ilman paitaa. Seuraavassa näytteessä ilmauksen maskuliininen konnotaatio tarkentuu lopussa päinvastoin selkeän feminiiniseksi.

Näyte 60.

*”Lähtö yrittäjäksi oli helppoa myös siksi, että hän oli hyvin nuori. Widgrénin ei tarvinnut huolehtia kolmekymppisille tyypillisistä rasitteista kuten suuresta asuntovelasta tai pienestä lapsesta, jonka itku herättää äidin neljä kertaa yössä.”*

Lainauksen ihmisviittauksista *yrittäjä* on tarkoitejoukoltaan miesvaltainen ja siten maskuliininen, *kolmekymppinen* on puolestaan neutraalimpi, mutta yhdessä ne rakentavat maskuliinista todellisuutta, loppu kuitenkin tuo esiin kohteen naiseuden tarkentamalla, että lapsen itku herättää *äidin*. Lauseen rakentumisen kannalta sanan *äiti* olisi voinut jättää pois, jolloin sukupuoli ei olisi noussut selvästi esiin ja näytteen sävy olisikin saattanut jäädä maskuliiniseksi. Tämä siis siten myös rakentaa yrittäjyyden maskuliinista konnotaatiota, sillä poikkeus siitä pitää tuoda ilmi tuomalla naiseus esiin.

Kun piilosukupuolittuneisuutta tarkastellaan kulttuurisella tasolla ja käytänteiden kautta, toistuvat aineistossa teemoina: sauna, alkoholi, urheilu, taistelu ja sota.

Näyte 61.

*”Pettyneet yrittäjät palasivat Laitilaan, ostivat retkibudjetin viimeisillä rahoilla kaljaa ja menivät saunaan. Hiki kihosi. Tappio huuhdottiin ja ideat pulppusivat.”*



Edellisessä näytteessä kokenut yrittäjä kertoo ensimmäisestä yrittäjäkokemuksestaan, joka päättyi epäonnekkaasti. Pettymystä hoidettiin alkoholilla, johon viimeiset rahat käytettiin. Alkoholinkäyttöä ja humalaa pidetään perinteisesti hyvin miehisenä ja maskuliinisena ilmiönä ja suomalaisessa kulttuurissa on pitkään hyväksytty rajukin humaltuminen osaksi miehisyyttä. (Nätkin 2006.) Osana suomalaista kulttuuria voidaan nähdä myös tapa, jossa alkoholilla hoidetaan pettymystä, ”tuikku murheeseen”, kuten sanonta kuuluu. Toinen hallitseva tekijä on sauna, joka yhdistettynä olueen saa hyvin maskuliinisen kaiuin. Lisäksi suomalaisessa kulttuurissa tunnetaan käsite saunapolitiikka ja -johtaminen, jolla tarkoitetaan asioiden valmistelua ja päätösten tosiasiallista tekemistä virallisten kokousten ulkopuolella, usein saunan lauteilla. Saunapolitiikka on hyvin miehinen ilmiö, sillä perinteisesti päätöstaho on koostunut miehistä, eikä naisilla saunaan olisi asiaa ollutkaan. Seuraavassa näytteessä on ilmiöstä esimerkki.

Näyte 62.

*”Pelifirmat menivät lakki kourassa operaattoreiden puheille. Mahtavat ostajat käyttäytyivät kuin idiootit. Niiden kanssa piti olla tietenkin hemmetin hyvissä väleissä. Piti nuolla portinvartijoiden persettä, rällätä niiden kanssa ja ryypätä. Periaatteessa se oli aika helppoa. Mutta ongelma oli se, että niitä oli niin paljon. Niitä oli 200. [...] Ei enää salaisia kädenpuristuksia, ei saunailtoja, ei ryypyn ryyppyä.”*

Myös tässä näytteessä alkoholilla on keskeinen rooli. Haastateltava kuvaa pelimaailmassa aiemmin vallinnutta tapaa hoitaa suhteita, mikä vaati paljon itse liiketoiminnan ja tuotteen ulkopuolista toimintaa – ryypäämistä ja saunailtoja. Toisin sanoen pelkällä tuotteella tai kokoushuoneissa käydyillä neuvotteluilla ei ollut painoarvoa, vaan suhteet rakennettiin alkoholin avulla ja tosiasialliset päätökset tapahtuivat saunailloissa. Tällainen ”saunajohtaminen” on esimerkki hyvin maskuliinisesta kulttuurisesta käytänteestä.

Haastateltavien puheessa urheilusta ja pelaamisesta löytyy yrittäjyyteen runsaasti vertauskuvia. Se rakentaa osaltaan yrittäjyyden sukupuolittunutta diskurssia, sillä urheilun historia on hyvin maskuliininen ja juontaa juurensa muun muassa antiikin olympialaisiin, missä kilpailuun osallistua saivat vain miehet. Toiseksi urheiluun myös liitetään lähinnä maskuliinisia määreitä, kuten fyysinen voima, kilpailuhenkisyys ja aggressiivisuus. (Bryson,

1990.) Näin ollen urheilun, ja myös pelaamisen, voidaan nähdä edustavan mieheyttä ja maskuliinisesti arvotettuja piirteitä, vaikka urheilu ei nykypäivänä enää miesten yksinoikeus olekaan. Toisin sanoen urheilu ja pelaaminen edustavat piilosukupuolittunutta kulttuuria. Aineistossani löytyy hyvin monipuolisesti vertauskuvia, joissa yrittäjyyttä tarkastellaan urheilutermein tai mielikuvin.

Näyte 63.

*”Väittelyssä voitettut osumat ovat tärkeitä Sarasvuolle. Hän pystyy kuitenkin nauttimaan myös siitä, kun joku löytää aukon hänen suojauksestaan – kunhan se tapahtuu reilulla tavalla. Älykkäät pistot ovat mahtavia.”*

Edellisessä näytteessä ei mainita suoraan tiettyä urheilulajia, mutta *voitettut osumat, aukko suojauksessa* ja *älykkäät pistot* tuovat mieleen miekkailun tai ehkä nyrkkeilyn. Haastateltava näkee väittelyn kaksintaisteluna, jossa pitää sekä hyökätä että puolustautua. Pelin tulee kuitenkin olla reilua. Voittaminen ei pelkästään ole tärkeää, vaan haastateltava nauttii myös siitä, että joku pystyy haastamaan hänet. Seuraavassa näytteessä urheiluviittaus on puolestaan täysin ilmeinen.

Näyte 64.

*”Yrittäjän pitää myös ymmärtää, ettei hänen takanaan ole enää ketään. Yrittäjä on maalivahti, joka pysäyttää kiekot.”*

Haastateltava kertoo yrittäjän työn vastuullisuudesta, vaativuudesta ja ajoittain myös yksinäisyydestä. Vaikka yrittäjä voi keskustella muiden kanssa, hänen pitää kuitenkin lopulta tehdä päätökset yksin ja kantaa niistä myös vastuu. Hän vertaa yrittäjää maalivahtiin, jonka tehtävä on pysäyttää kiekot. Vertauskuvalla hän tarkoittanee, että yrityksessä on työntekijöitä, kuten urheilujoukkueessa on hyökkääjiä ja puolustajia. Lopulta kuitenkin maalivahti on viimeinen pelaaja maalin ja vastustajan välissä, kun yrittäjä on viimeinen päätöksentekijä ja vastuunkantaja.

Viimeinen kulttuurisen tason piilosukupuolittunut ja aineistossa paljon esiintyvä teema koostuu taistelusta, armeijasta ja sodasta. Militaristinen puhe rakentaa selkeän maskuliinista todellisuutta, vaikka ei suoranaisesti sukupuoleen viittaisikaan. Sota on

historiallisesta näkökulmasta lähes täysin miehinen ja armeija on edelleen tarkoitejoukoltaan selkeän miesvaltainen. Niitä käytetään sekä vertauskuvallisesti, että selittämään yrittäjän taustaa. Pelkistetyimmillään jokin toiminta itsessään on taistelua, kuten seuraavassa näytteessä.

Näyte 65.

*”Taistelu kannattavuuden puolesta on kovaa.”*

Saman asian olisi voinut ilmoittaa monella muullakin tapaa, kuten: ”kannattavuuden eteen pitää tehdä lujasti töitä.” Taistelu kuitenkin on huomattavasti dramaattisempi ilmaisu ja kuvaa sen elintärkeyttä – ole kannattava tai kuole. Taisteluretorikalla voidaan siis korostaa asiaan liittyvää dramatiikkaa. Taistelu on myös *kovaa*, mikä luo kuvan maailmasta, jossa eivät heikot pärjää. Seuraavassa näytteessä puolestaan valitaan aseita ja vihollisia.

Näyte 66.

*”Toinen etu oli kansalaisten nouseva ympäristötietoisuus, jota laitilalaiset käyttivät hyväkseen. Aseekseen he valitsivat alumiinitölkin ja vihollisekseen lasipullon, jonka sirut puhkovat rannoilla juoksevien lasten jalkapohjat.”*

Näytteessä puhutaan ympäristötietoisuudesta ja rannalla juoksevien lasten jalkapohjista ja teemoista ainakin jälkimmäisen konnotaatio on feminiininen. Vihollis- ja asepuhe kuitenkin muovaavat sen hyvin maskuliiniseksi. Puheella luodaan kuvaa, jossa vihollinen vahingoittaa lapsia ja yrittäjän tehtävä on puolustaa näitä. Tuotteet ovat aseita, kilpailijan tuote lasipullo on paha ase ja oma alumiinitölkki puolestaan on hyvä. Edellisen näytteen tapaan tässäkin lainauksessa sotaretoriikkaa käytetään dramatisoimaan ja tässä tapauksessa myös kärjistämään puheen luomaa todellisuutta.

Näyte 67.

*”Nokialaiset eivät laiskoitelleet, mutta organisaatio toimi huolestuttavan tahmeasti. Fiksut ihmiset polttivat aikaansa palaverirallissa. Tuotekehittäjiä ja asiantuntijoiden armeija keksi joka*

*päivä hyviä tai jopa loistavia ideoita. Mutta vain harvat niistä johtivat johonkin tai jonnekin.”*

Näytteessä 67 yhdistyvät sekä urheiluviittaukset että armeijavertaukset. Työntekijöiden aikaa kului haastateltavan mukaan *palaverirallissa*, jolla hän viittaa toinen toistaan seuranneeseen palaveriin, joiden jälkeen varsinaiselle työnteolle ja asioiden eteenpäin viemiselle ei jäänyt aikaa, vaan hyvät ideat jäivät lopulta toteuttamatta. Tässä tapauksessa urheiluviittauksella on siis jossain määrin negatiivinen kaiku, kun edellisissä lainauksissa se oli selkeän positiivinen. Asiantuntijoihin haastateltava viittaa *tuotekehittäjien ja asiantuntijoiden armeijana*, jolla hän kuvannee varmasti myös ryhmän kokoa – asiantuntijoita oli paljon – mutta armeija-sanan konnotaatio on hyvin maskuliininen sen miehisen tarkoitejoukon myötä. Jo itsessään Nokian asiantuntijaryhmän tarkoitejoukko on miesvaltainen, mutta armeijavertauksella maskuliinisuutta vahvistetaan entisestään.

Viimeinen näyte militaristisesta puheesta, jolla osaltaan luodaan sukupuolittunutta diskurssia, eroaa edellisistä siten, että siinä sotaviittaus saa selkeän kielteisen kaiun.

Näyte 68.

*”En kauheasti tykkää Suomesta. Suurin syy ovat ehkä vuodenajat. Syksy on pimeä ja pohjalla on negatiivinen vire, joka ahdistaa minua. Kulttuuri on hyvin vanhanaikainen, ja uusia lähestymistapoja on vaikea saada läpi. Asiat ovat lähtökohtaisesti ongelmia. Asiakkaat sanovat ensimmäiseksi, että meillä on ongelma. Miksi? Ei se ole ongelma, jos asiat eivät ole menneet sillä tavalla kuin on suunniteltu. En osaa sanoa, mistä tämä kaikki johtuu. Tuntuu kuin siellä on aina joku talvisota menossa.”*

Haastateltava asuu pääosan vuodesta Suomen ulkopuolella, vaikka osa asiakkaista sijaitseekin Suomessa. Syyksi hän avaa ajatuksiaan Suomen ilmapiiristä, jonka hän kokee negatiiviseksi ja ongelmalähtöiseksi. Lopuksi hän toteaa, että tuntuu kuin Suomessa olisi *aina joku talvisota menossa*. Edellisistä näytteistä poiketen tässä sotaviittauksella on siis selkeä kielteinen sävy, kun aiemmissa näytteissä taistelu, aseet ja armeija olivat myönteisiä ja ehkä jopa yleviä.

Piilosukupuolittuneisuus näkyy myös, kun aiheena on yrittäjien persoona.

Näyte 69.

*”Yrittäjänä Lehti hyötyy myös hyvistä hermoistaan. Ne näkyivät jo varusmiespalveluksen aikana Laskuvarjojäkärikoulussa, jonne teollisuustalouden teekkari yllättäen pääsi vaikka ei ollut kovassa fyysisessä kunnossa. Syynä oli erinomainen paineensietokyky.”*

Näyte 70.

*”Kosmetologin työ ei ollut Sirpa Jyrkkäsen haaveammatti. Hän halusi kauppakorkeakouluun niin kuin monet muutkin nuoret turkulaiset naiset 1980-luvulla. Ongelmana oli kuitenkin se, että hänen lahjakkuutensa näkyi lukiossa lähinnä puheliaisuutena.”*

Edellisissä näytteissä kuvataan kahden yrittäjän taustoja, aikaa ennen yrittäjyyttä.

Näytteen 69 haastateltava on mies, ja näytteen 70 nainen. Jälkimmäisessä näytteessä sukupuoli on pääteltävissä nimestä, mutta jos sen jättää huomioimatta, piilosukupuolittuneisuus on molemmissa vahva. Molemmissa näytteissä keskitytään piirteisiin, joista he ovat kokeneet myöhemmin yrittäjinä hyötynensä. Ensimmäisessä näytteessä tällaisia piirteitä ovat *hyvät hermot* ja *paineensietokyky*. Tällaisia piirteitä pidetään yleisesti miehisinä. Haastateltava kertoo varusmiespalveluksestaan ja kuinka pääsi arvostettuun laskuvarjojäkärikouluun, jonne perinteisesti vaaditaan parempaa fyysistä kuntoa kuin hänellä oli. Huolimatta tästä heikkoudesta, hän sai haluamansa, sillä hänen positiiviset piirteensä olivat painoarvoltaan suurempia. Jälkimmäisessä näytteessä tilanne on päinvastainen. Yrittäjän positiivinen piirre on *puheliaisuus*, jota voidaan pitää feminiinisenä piirteenä ja joka ei saa kauhean myönteistä kaikua ollakseen vahvuus, sillä: *”hänen lahjakkuutensa näkyi lukiossa lähinnä puheliaisuutena.”* Tämä vahvuus ei mahdollistanut yrittäjän haluamaa urapolkua, vaan hän päätyi kosmetologiksi enemmänkin heikkouksien pakottamana kuin vahvuuksien ohjaamana. Edellisten näytteiden kanssa samaa linjaa jatkaa myös kaksi seuraavaa näytettä.

Näyte 71.

*”Isoäiti yritti opettaa minulle aikoinaan, että hyvä on parhaan vihollinen. En uskonut häntä vielä silloin, kun olin koulussa. Olin kymppin tyttö.”*

Näyte 72.

*”Muistan, miten mä kusinkin pitkin sitä puuta. Hah hah, lorotin vain ja olin onnellinen, kun ei ollut paskahätää. Ei tullut mieleenkään, etten pääse kauppakorkeaan, ei edes sekunnin ajaksi. Olisin päässyt silloin mihin vaan.”*

Näytteissä ei suoraan käy ilmi haastateltavien sukupuolet, sillä sanonta *kymppin tyttö* on geneerisfeminiininen sanonta, kuten aiemmin esitin. Haastateltavan sukupuolen voidaan siis katsoa olla pääteltävissä naiseksi, sillä lähes poikkeuksetta geneerisillä naisilmaisuuilla ei viitata miehiin. Jälkimmäisestä näytteestä haastateltavan voi päätellä mieheksi käytännön fysiologisista syistä. Huomattavasti mielenkiintoisempaa on kuitenkin, millaista kuvaa haastatelluista yrittäjistä luodaan. Kymppin tyttö kärsii siitä, että on hyvä, sillä se tarkoittaa, ettei hän voi olla paras. Hyvä kääntyy kielteiseksi piirteeksi, sillä tunnollisuus ei tuo menestystä. Jälkimmäisessä näytteessä haastateltavasta saa ylitsevuotavan itsevarman, jopa röyhkeän, kuvan. Hän ei edes osaa epäillä, ettei pääsisi tavoitteisiinsa. *Hyvä, nöyrä ja tunnollinen* – kaikki feminiinisiä piirteitä, muodostuvat kielteisiksi. Ne eivät tuo yrittäjälle menestystä, toisin kuin *itsevarmuus* ja *röyhkeys* – maskuliiniset piirteet. Seuraavissa näytteissä yrittäjiä kuvataan myös fyysisiltä ominaisuuksiltaan.

Näyte 73.

*”Kovat puheet muodostavat osan hänen henkilöbrändistään. Nuori viehättävä blondi, joka ampuu vastustajiaan kovilla aseilla, on kiinnostava tapaus.”*

Näyte 74.

*”Helsinkiläisen ravintolan nurkkapöydässä istuu yrittäjä, jolla on urheilijan hartiat, luja kädenpuristus ja suora katse.”*

Näytteistä ensimmäinen kuvaa naisyrittäjää, jälkimmäinen miesyrittäjää. Ensimmäistä kuvataan *nuoreksi, viehättäväksi, blondiksi ja kiinnostavaksi tapaukseksi*.

Sukupuolittuneisuuden ristiriita luodaan vahvan feminiinisillä piirteillä ja sotaretoriikalla, jotka ristiriitaisuudessaan menevät jopa seksismin puolelle, sillä *viehättävä blondi* yhdistettynä *raskaisiin aseisiin* tuo mieleen jonkinlaisen virtuaalisen pelimaailman hahmon ylikorostetuilla fyysisellä naiseudella. Maskuliinisuudella korostetaan siis tässä tapauksessa naiseutta. Näytteessä 74 puolestaan yrittäjästä esille nostetaan *urheilijan hartiat, luja kädenpuristus ja suora katse*. Piirteet ovat maskuliinisia, mutta vain yksi korostaa ulkonäköä: *urheilijan hartiat*. *Luja kädenpuristus* ja *suora katse* liitetään pikemminkin itsevarmuuteen ja luotettavuuteen. Sukupuolittunutta ristiriitaa ei myöskään ole.

Yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi tarkastelee millaista sukupuolittunutta todellisuutta yrittäjyydestä aineistoni tarinoissa luodaan. Pohjaan analyysini Engelbergin (2016) väitöstutkimukseen ja tarkastelen diskurssia suomen kielen sukupuolijärjestelmän kautta. Diskurssin keskeisiä elementtejä ovat geneerinen maskuliinisuus, mies-sanan pronominaalinen käyttö sekä piilomaskuliinisuus sekä ihmisviittauksissa, mutta ennen kaikkea kulttuurisena ilmiönä. Yrittäjyyden sukupuolittuneen diskurssin mukaisesti yrittäjyys ei ole sukupuolisensitiivisestä näkökulmasta neutraalia, vaan sukupuolittuneisuus on osa yrittäjyyden todellisuutta.

## 5. Keskustelu aiempaan tutkimukseen nojaten ja loppupäätelmät

Tarkastelen tutkielmassani, miten yrittäjät itse kuvaavat yrittäjyyttä, millaisia diskursseja näistä kuvauksista nousee esiin ja millaista todellisuutta nämä diskurssit rakentavat. Tutkin myös, onko tämä todellisuus sukupuolittunutta. Tutkimuskysymykseni, joihin analyysillani vastaan, ovat seuraavat:

1. Minkälaisista diskursseista aineistoni yrittäjätarinat koostuvat?
2. Minkälaista – mahdollisesti sukupuolittunutta – todellisuutta yrittäjyydestä nämä diskurssit rakentavat?

Aineistosta esille nousi neljä diskurssia: yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi, itsensä toteuttamisen diskurssi, vastuun diskurssi ja yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi, jotka seuraavaksi esittelen lyhyesti.

*Yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi* kuvaa yrittäjyyttä hyvin tunnepitoisesti. Se rakentaa todellisuutta, joka on yrittäjälle samaan aikaan kova ja antelias.

Sentimentaalinen diskurssi pohjaa Barringerin ja kumppaneiden esittelemään käsitteeseen ”*entrepreneurial story*”. Tyypillisesti tämä yrittäjyystarina keskittyy 1) yrityksen alkuvaiheen vaikeuksiin, 2) yrittäjän tekemiin uhrauksiin tai 3) sellaisiin elämäntapahtumiin, jotka ohjasivat yksilön yrittäjyyden tielle. (Barringer et al. 2005.) Sentimentaalista diskurssia rakentavat esteet, vaikeudet ja riskinotto sekä intohimo, kova työ ja ennen kaikkea sitkeä yrittäminen. Sentimentaalisen diskurssin mukaan yrittäjyyteen kuuluu nousuja, tiputuksia ja uusia nousuja. Kaikki on lopulta sen arvoista, eikä yrittäjä vaihtaisi pois päivääkään – edes niitä raskaita. Neljästä löytämästäni diskurssista yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi on selvästi dominoiva, sillä se toistui diskursseista kaikkein tiheimmin ja oli selvästi keskeisin. Lisäksi se rakensi laaja-alaisinta, hallitsevinta ja eheintä todellisuutta yrittäjyydestä.

*Itsensä toteuttamisen diskurssi* rakentaa yksilön individualistista kokemusta yrittäjyydestä. Tämä diskurssi pohjaa Mantereen ja Vaaran (2008) strategiatutkimuksessa havaitsemaan diskurssiin, ”*Self-Actualization*”, eli suomennettuna itsensä toteuttaminen. Itsensä toteuttamisen diskurssissa yrittäjyys on yksilön keino toteuttaa itseään, tehdä itselleen merkityksellisiä asioita ja luoda uutta. Itsensä toteuttamisen diskurssin mukaisesti yrittäjä ei tee työtä elääkseen tai vaurastuakseen, vaan toteuttaakseen itseään ja tavoitellakseen itselleen tärkeitä asioita.

*Vastuun diskurssin* keskiössä on yrittäjien puheesta kumpuava eettinen näkökulma, vastuu ympäröiviä sidosryhmiä kohtaan sekä vastuu laajemmassa kontekstissa. Aineistossani vastuun diskurssi rakentuu kahden sidosryhmän: työntekijät ja asiakkaat sekä kahden laajemman kontekstin: yhteisöt ja nuoret, ympärille. Diskurssi pohjaa löyhästi Tienarin ja Vaaran (2002) yhteiskunnalliseen diskurssiin, jonka he tunnistivat tutkiessaan yritysfuusioiden ja -ostojen perustelua, oikeutusta ja legitimointia mediassa.



*Yrittäjyyden sukupuolittunut diskurssi* tarkastelee tarinoista kumpuavan todellisuuden sukupuolittuneisuutta. Sukupuolittuneen diskurssin analysoimisessa olen hyödyntänyt Engelbergin (2016) väitöstutkimusta ja tarkastelen diskurssia suomen kielen sukupuolijärjestelmän kautta. Sukupuolittunutta diskurssia rakentavat geneerinen maskuliinisuus, mies-sanon pronominaalinen käyttö sekä piilomaskuliinisuus sekä ihmisviittauksissa, mutta ennen kaikkea kulttuurisena ilmiönä. Diskurssin rakentama todellisuus ei ole sukupuolineutraalia, vaan maskuliinista ja miehistä, josta naiseus ja feminiinisyys poikkeaa ja sitä rakennetaan ja toisinnetaan kielellä samalla vahvistaen yrittäjyyden hegemonista maskuliinisuutta.

Havaitsemiani diskurssit ovat tutkimukseni tulos ja seuraavaksi peilaan analyysiani ja tuloksiani aiempaan tutkimukseen. Tutkimukseni rakentuu kolmen teoreettisen tukipilarin päälle: yrittäjyystutkimus, sukupuolisensitiivinen tutkimus sekä teoreettismetodologisena viitekehyksenä (Jokinen et al. 1993) diskurssianalyysi. Tutkimukseni siis kuroo yhteen useamman tutkimusalueen tutkimuksellisine katvealueineen.

Tutkimukseni osallistuu yrittäjyystutkimuksessa suhteellisen tuoreen tutkimustradition rakentamiseen, sillä perinteisesti yrittäjyyttä on tutkittu yksilölähtöisesti muun muassa yrittäjän persoonallisuustekijöiden (Bhide 1999) ja käyttäytymisen (Gartner 1988) perusteella. Toisin sanoen yrittäjyystutkimuksen tutkimustradition painotus on vahvasti individualistinen keskittyen mikrotason toimintaan ja -rooleihin, jättäen laajemmat sosiaaliset ulottuvuudet syrjään. (De Clercq & Voronov 2009; kts. myös Tsoukas 1994, Willmott 1997.) Tutkielmassani tarkastelen yksilöiden, yrittäjien, omakohtaisia kokemuksia ja ajatuksia yrittäjyydestä ja analysoin niistä esille kumpuavia diskursseja ja niiden rakentamaa todellisuutta. Tutkimani aineiston yrittäjäkokemukset ovat tulkintoja todellisuudesta ja siten myös rakentavat sitä. (Riessman 1993.) Toisin sanoen, vaikka tarkastelen yksilöiden tarinoita, en keskity näiden toimintaan tai persooniin – siis individualistiseen mikrotason analyysiin – vaan kiinnostukseni kohdistuu yksilöiden puheesta esiin kumpuavien diskurssien rakentamaan todellisuuteen.

Tunnistin havaitsemieni diskurssien noudattavan soveltaen Faircloughin (2003) diskurssijärjestystä, eli diskurssit eivät keskenään ole samanarvoisia, vaan ne ovat hierarkkisesti järjestyneet. Tämä on keskeinen havainto siksi, että aiemmassa

diskursiivisessa yrittäjyystutkimuksessa nämä yrittäjille ominaiset kielelliset ja sosiaaliset käytänteet ja niihin liittyvät rakenteelliset piirteet ja merkitysjärjestelmät ovat jääneet tunnistamatta. Analyysini osoittaa siis sentimentaalisen diskurssin olevan diskursseista selvästi hallitsevin. Se löytyi jokaisesta tarinasta, toistui tiheimmin ja rakensi laajinta, hallitsevinta ja kokonaisvaltaista kuvaa yrittäjyydestä. Tämä on mielenkiintoinen havainto siksi, että yrittäjyyttä on pitkään tarkasteltu persoonallisten piirteiden kautta (Bhide 1999), mutta niissä ovat lähinnä korostuneet sellaiset piirteet, kuten kyky sietää epävarmuutta, kyvykkyys, sisäinen kontrolli, vahvatahtoisuus, jne. (Ahl 2006; Shane & Venkataraman 2000.) Sentimentaalinen diskurssi istuu tähän joukkoon jossain määrin huonosti, sillä sen rakentamaan todellisuuteen kuuluvat sekä onnistumiset että epäonnistumiset. Se tuo esille myös yrittäjän haavoittuvuuden ja siten rapauttaa perinteistä mielikuvaa sankariyrittäjästä. Barringerin ja kumppanien (2005) havaitsema yrittäjyystarina, johon analyysini sentimentaalinen diskurssi nojaa, toistuu etenkin kasvuyritysten keskuudessa. Tulokseni eroaa kuitenkin myös Barringerin et al. tuloksista, sillä aineistossani sentimentaalinen diskurssi pikemminkin yhdisti kasvuhaluiset, jo kasvun kokeneet sekä pientä liiketoimintaa pyörittävät toiminimen varassa toimivat yrittäjät, vailla suurempia kasvusuunnitelmia.

Edellisiin havaintoihini viitaten, analyysini vahvistaa myös argumentin, jonka mukaan diskursiiviset ja kerronnalliset metodit voivat tarjota täysin uusia näkökulmia ja tutkimustuloksia tutkitusta aiheesta. (Phillips & Hardy 2002; Johansson 2004.) Ilman pureutumista yrittäjien omakohtaisiin, kerronnallisiin tarinoihin tuskin pääsisi käsiksi yrittäjyyden sentimentaalisen diskurssin rakentamaan todellisuuteen, minkä osoittaakin vallitseva piirreteorioihin pohjautuva yrittäjäkäsite. Nämä kyseenalaistamattomana annetut ja otetut oletukset muuttuvat helposti myös legitimoiduiksi. (Mantere & Vaara 2008.) Siten tutkielmani haastaa aiemman käsityksen yrittäjyydestä ja pyrkii laajentamaan ja monipuolistamaan sen näkökulmaa. Näiden diskurssien tunnistaminen on olennaista ennen kaikkea juuri yrittäjyyden moninaisuuden ymmärtämiseksi.

Tutkimukseni keskeisin havainto ja kontribuutio aiempaan tutkimukseen on sen sukupuolisensitiivisyys. Valtaosa yrittäjyystutkimuksesta on ”sukupuoletonta” tai pikemminkin sukupuolisokeaa, eli siinä ei ole huomioitu tai otettu kantaa sukupuoleen millään tavalla. (Brush et al. 2009; Pietiläinen 2007; Stevenson 1990.) Lisäksi se vähäinen

sukupuolen huomioiva yrittäjyystutkimus, jota toistaiseksi on toteutettu, on jäänyt lähinnä naisyrittäjyystutkimuksen vastuulle. (Pietiläinen 2007.) Ongelmalliseksi tämän puolestaan tekee se, että nähdäkseni jo pelkällä naisyrittäjyys-termillä tullaan tahtomattakin vahvistaneeksi yrittäjyyden maskuliinista konnotaatiota. Viitataan havainnollani Engelbergin (2016) tutkimukseen, jossa selvisi ihmisviittausten konnotaation paljastuvan esimerkiksi silloin, kun nimityksen konnotoima sukupuoli ei vastaa tapauksen sukupuolta, jolloin yleensä termin eteen lisätään tarkentava sukupuolimääre, esimerkiksi naisyrittäjyys. Hallitsevaa konnotaatiota tullaan näin ollen vahvistaneeksi ja tämä osaltaan rakentaa yrittäjyyden hegemonista maskuliinisuutta. Havaintoani vahvistaa myös se, että kulttuurisen sukupuolen ulottuvuus rakentuu sosiaalisesti (Hirdman 1992) ja siten Butlerin (1990) mukaan sukupuoli onkin tekemistä, ei olemista. Tällä tekemisellä tulemme rakentaneeksi sukupuolijärjestelmää, joka perustuu sekä sukupuolten erottelulle että niiden väliselle hierarkialle, jossa miehisuus asetetaan naiseuden yläpuolelle, hallitsevaksi normiksi. Sukupuolijärjestelmä perustuu sen uusintamiselle. (Hirdman 1992.) Dikotomiaa ja hierarkiaa ylläpidetään kielen rakentamassa todellisuudessa ja näin ollen analyysiini perustuva päätelmäni onkin, että naisyrittäjyystutkimuksella saatetaan siis jopa syventää sukupuolten dikotomiaa ja hierarkiaa yrittäjyydessä, eli toisin sanoen kasvattaa yrittäjyyden sukupuolittuneisuuden kuilua ja näin ollen ylläpitää yrittäjyyden hegemonista maskuliinisuutta.

Toinen yrittäjyyden sukupuolittuneisuuteen liittyvä havaintoni on, että sukupuolittuneisuus ei kulje halki jokaisen diskurssin, vaan rakentaa omaa yrittäjyyden sukupuolittunutta diskurssiaan. Tämä on merkittävä havainto siksi, että analyysini tarjoaa toisenlaista näkökulmaa esimerkiksi suhteessa Hofsteden (1992) klassiseen kulttuurien jaotteluun feminiinisiin ja maskuliinisiin kulttuureihin. Hofsteden mukaan maskuliiniseen kulttuuriin liittyy erittäin voimakkaasti neljä arvostuksen kohdetta: 1) tulot, eli henkilön mahdollisuus ansaita mahdollisimman hyvin, 2) tunnustus, eli yksilön saama tunnustus hyvin tehdystä työstä, 3) eteneminen, eli mahdollisuus edetä uralla ylempiin työtehtäviin ja –asemaan sekä 4) haasteet, eli työ, joka tarjoaa riittäviä haasteita tuodakseen tyydytyksen tunteen. Ulottuvuuden toisessa – feminiinisessä – päässä painoarvo puolestaan annetaan neljälle hyvin toisenlaiselle tekijälle: 1) johtajan hyvät suhteet

alaisiin, 2) yhteistyö, 3) työsuhteen varmuus, eli luottamus työn jatkuvuuteen sekä 4) mieluisan asuinympäristön valinnan vapaus. (Hofstede 1992.)

Havaitsemieni diskurssien rakentama todellisuus yrittäjyydestä tarkastelee sukupuolittuneisuutta toisesta kulmasta ja nostaa esiin näkökulmia, jotka aiemmin ovat jääneet havaitsematta. Hofsteden jaotteluun perustuen diskursseista ensimmäinen, yrittäjyyden sentimentaalinen diskurssi, kuuluisi feministiseen ympäristöön, sillä se esiintyy hyvin tunnepitoisesti kuvattuna rakentaessaan todellisuutta, joka on yrittäjälle samaan aikaan kova ja antelias. Toisaalta sentimentaalinen diskurssi kuvaa myös yrittäjien sitoutuneisuutta yrittämiseen, mikä puolestaan kuuluisi Hofsteden mukaan maskuliiniseen kulttuuriin, jossa korostuu työn menestyksen keskeisyys ja jossa ihanteellista on elää työlleen. Itsensä toteuttamisen diskurssissa yrittäjyys kuvataan yksilön keinona toteuttaa itseään, tehdä itselleen merkityksellisiä asioita ja luoda uutta. Tämä puolestaan menisi Hofsteden jaottelun maskuliiniseen päähän. Kuitenkin itsensä toteuttamisen diskurssissa esiin nousi toistuvasti se, ettei yrittäjä toimi yrittäjänä vaurastuakseen, mikä puolestaan on ristiriidassa Hofsteden maskuliinisten arvostusten kohteiden kanssa. Kolmas, eli vastuun diskurssi kuvaa yrittäjien puheesta kumpuavaa eettistä näkökulmaa ja heidän kokemaansa vastuuta sekä läheisille sidosryhmille että laajemmalle yhteiskunnalliselle kontekstille, minkä voisi muista huolehtimisen kautta ajatella Hofsteden jaottelussa feminiiniseen päähän. Sukupuolittunut diskurssi kuvaa puolestaan yrittäjyyden sukupuolittunutta ja hegemonista maskuliinisuutta rakentavaa todellisuutta. Summeerattuna voisi siis todeta, että havaitsemani diskurssit voidaan halutessaan jaotella Hofsteden astikolle, mutta se ei ole mielekästä, sillä kuten edeltä käy ilmi, näkökulmani sukupuolittuneisuuteen eroaa Hofsteden jaottelusta ja analyysini osoittaa sukupuolittuneisuuden rakentavan omaa diskurssiaan, eikä hallitse kaikkia havaitsemiani diskursseja ja näiden kuvaamaa todellisuutta.

Tutkielmassani perehdyin siis siihen, miten yrittäjyyttä kuvataan aineistoni yrittäjyystarinoissa, millaisia diskursseja kuvauksista nousee esiin ja onko tämä diskurssien rakentama todellisuus jollain tapaa sukupuolittunutta. Tutkimukseni osallistuu yrittäjyystutkimuksen osalta vielä melko tuoreen tutkimustradition rakentamiseen, sillä lingvististen tutkimusotteiden yleistymisestä huolimatta diskurssianalyysia ja kerronnallisia metodeja hyödynnetään yrittäjyystutkimuksessa yhä vähän (Parkinson &

Howorth 2007) ja etenkin yrittäjän omaa tarinaa kuullaan vain harvoin (Rae & Carswell 2000). Tämän lisäksi, analyysiini keskeisin havainto on, että naisyrittäjyystutkimuksella saatetaan jopa syventää yrittäjyyden sukupuolittuneisuutta ja hegemonista maskuliinisuutta. Näin ollen keskeisimmät jatkotutkimustarpeet keskittyvät sekä yrittäjyyden tarkasteluun yrittäjien itsensä kokemana, heidän tarinoidensa kautta tarkasteltuna sekä ennen kaikkea sukupuolisensitiivisen yrittäjyystutkimuksen edistämiseen. Nähdäkseni olisi erityisen tärkeää ottaa sukupuolisensitiivinen näkökulma osaksi yrittäjyyden tutkimustraditiota laajemminkin, jotta kykenemme syventämään ymmärrystämme sukupuolen olemuksesta ja rakentumisesta osana yrittäjyyden ilmiötä. Sukupuolta olisi tärkeää jatkossa tarkastella kokonaisuutena, ei pelkästään naiseuden näkökulmasta, sillä naiseuden eristämällä tullaan tahtomattakin vahvistaneeksi hegemonista maskuliinisuutta. Summeeraten sukupuolen huomioivan tutkimuksen painopisteen tulisi siirtyä naisyrittäjyystutkimukselta sukupuolisensitiiviselle tutkimukselle, jossa sukupuolta tarkastellaan osana tutkittavaa ilmiötä ilman naiseuden eristämistä. Uskon tutkimukseni tarjoavan tälle hyödyllisen pohjan ja osoittavan suuntaviivoja näkökulman edistämiseksi.

## Lähteet

- Achtenhagen, L. & Welter, F. (2007). *Media discourse in entrepreneurship research*. Teoksessa Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship, UK: Edward Elgar Publishing.
- Acker, J. (1990). Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations. *Gender and Society*, Vol. 4, No. 2, 139-158.
- Ahl, H. J. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5) 595-621.
- Ahl, H. J. (2002). *The Making of the Female Entrepreneur. A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*. Jönköping International Business School Ltd.
- Alvesson, M. (2001). Knowledge work: Ambiguity, image and identity. *Human Relations*, 54, 863–886.
- Alvesson, M. & Billing, Y. D. (1997). *Understanding Gender and Organizations*. London: Sage Publications.
- Alvesson, M. & Billing, Y. D. (1992). Gender and Organization: Towards a Differentiated Understanding. *Organization Studies*, 13: 75-105.
- Alvesson, M. & Kärreman, D. (2000). Taking the Linguistic Turn in Organizational Research. Challenges, Responses, Consequences. *The Journal of Applied Behavioral Science*, Vol. 36 No. 2, 136-158.
- Barley, S. R. (1983). Semiotics and the Study of Occupational and Organizational Cultures. *Administrative Science Quarterly*, 28, 393-41.
- Barringer, B. R., Jones, F. F. ja Neubaum, D. O. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. *Journal of Business Venturing*, 20 (2005), 663-687.
- Baum, J. R.; Frese, M.; Baron, R. & Katz, J. A. (2012). *The Psychology of Entrepreneurship*. New York: Psychology Press.

- Bhide, A. (1999). *The Origin and Evolution of New Businesses*. Oxford University Press, London.
- Brush, C. G.; de Bruin, A. & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 1, 8-24.
- Bruni, A.; Gherardi, S. & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 17 No. 3, 256-268.
- Bruni, A.; Gherardi, S. & Poggio, B. (2005). *Gender and Entrepreneurship: An Ethnographical Approach*. Oxford: Routledge.
- Bruyat, C. ja Julien, P.-A. (2000). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16: 165–180.
- Bryson, L. (1990). Challenges to male hegemony in sport. – Michael A. Messner – Donald F. Sabo (toim.), Sport, men, and the gender order. Critical feminist perspectives s. 173–184. Champaign: Human Kinetics Books.
- Burrell, G. & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis: Elements of the sociology of corporate life*. Heinemann, London.
- Burr, V. (1995). *An Introduction to Social Constructionism*. Routledge: London.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble. Feminism and the subversion of identity. Thinking gender*. New York: Routledge.
- Butler, J. (1997). *Excitable speech: A politics of the performative*. New York: Routledge.
- Byrne, O. & Shepherd, D. A. (2015). Different strokes for different folks: Entrepreneurial narratives of emotion, cognition, and making sense of business failure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39, 375–405.
- Cameron, D. & Kulick, D. (2003). *Language and Sexuality*. New York: Cambridge University Press.

- Carland, J. C. & Carland, J. W. (2015). Seeing what's not there: The enigma of entrepreneurship. *Journal of Small Business Strategy*. Vol:7.
- Cassell, C. & Symon, G. (2004). Essential Guide to Qualitative Methods In Organizational Research. Sage: London.
- Clegg, Stewart R., Hardy, Cynthia & Nord, Walter R. (1996). *Handbook of Organization Studies*. Sage: London.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Second Edition. Sage Publications.
- Cunningham, J. B. & Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* 29 (1), 45–61.
- Davidsson, P. & Wiklund, J. (2001). Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4): 81–100.
- De Clercq, D. & Voronov, M. (2009). Toward a Practice Perspective of Entrepreneurship. Entrepreneurial Legitimacy as Habitus. *International Small Business Journal*, Vol 27(4): 395-419.
- Denzin, N. K. (1989). *The reseach art*. (3. ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Djankov, S.; Qian, Y.; Roland, G. ja Zhuravskaya, E. (2007). *What Makes a Successful Entrepreneur? Evidence from Brazil*. Working Papers from Center for Economic and Financial Research.
- Dodd, S. & Anderson, A. (2007). Mumpsimus and the Mything of the Individualistic Entrepreneur. *International Small Business Journal*, Vol 25(4): 341-60.
- Eagly, A. H. & Karau, S. J. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, 109(3): 573–598.
- Eckert, P. & McConnell-Ginet, S. (2013). *Language and Gender*. Second edition. New York: Cambridge University Press.



Elinkeinoelämän keskusliitto (2014). Kaikki mukaan yrittäjien Taivas+Helveti-ilmioon. Uutinen nettisivuilla. <http://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/2014/09/01/kaikki-mukaan-yrittajien-taivashelveti-ilmioon/> (Vierailtu 4.5.2016.)

Elo, H. (2013). Taivas+helveti -kirja pesee sata yrittäjyystyöryhmää. Kolumni Kauppalehdessä. Julkaistu 17.07.2013. <http://blog.kauppalehti.fi/80-plus-paivassa-osakesijoittajaksi/taivas-plus-helveti-kirja-pesee-sata-yrittajyystyoryhmaa> (vierailtu 4.5.2016.)

Eriksson, P.; Hearn, J.; Jyrkinen, M.; Meriläinen, S.; Moisander, J.; Niemi, H.; Rolin, K.; Vanhala, S.; Henttonen, E.; Hiillos, M.; Katila, S. & Tallberg, T. (2004). *Sukupuoli ja Organisaatiot Liikkeessä? Gender and Organisations in Flux?* Research reports. Hanken school of economics. Helsinki: Yliopistopaino.

Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative research in business studies*. London: Sage.

Eriksson, P. & Pietiläinen, T. (2001). Yrittäminen ja sukupuolen moniulotteisuus – haaste tutkimukselle ja koulutukselle. *Aikuiskasvatus*, Vol. 21 (4), 295-305.

Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Euroopan komissio (2016). *Promoting entrepreneurship*. Artikkelit nettisivuilla. [https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship\\_fi](https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship_fi) (Vierailtu 25.7.2016.)

Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.

Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.

Feldman, M. S. & Orlikowski, W. J. (2011). Theorizing Practice and Practicing Theory. *Organization Science*, Vol. 22, No. 5, 1240–1253.

Fenton, C. & Langley, A. (2011). Strategy as Practice and the Narrative Turn. *Organization Studies*, 32(9) 1171 –1196.

Fletcher, D. (2007). ‘Toy Story’: The narrative world of entrepreneurship and the creation of interpretive communities. *Journal of Business Venturing*, 22: 649–672.

- Foucault, Michel (2005). *Tiedon arkeologia*. Suom. Tapani Kilpeläinen. Vastapaino, Tampere.
- Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4): 696–706.
- Gartner, William B. (1988). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*. 12(4). 11-32.
- GEM (2014). Women`s Entrepreneurship. Special Report. 2015-11-17.
- Gibb, A. (1999), Can we build 'effective' entrepreneurship through management development? *Journal of General Management*, 24(4), 1-21.
- Green, S. E. (2004). A Rhetorical Theory of Diffusion. *Academy of Management Review*, Vol. 29, No. 4, 653–669.
- Green, S. E., & Li, Y. (2011). Rhetorical institutionalism: Language, agency, and structure in institutional theory since Alvesson 1993. *Journal of Management Studies*, 48, 1662–1697.
- Grönfors, M. (1985). *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. 2. painos. Helsinki: Wsoy.
- Harisalo, Risto (2008). *Organisaatioteoria*. Tampere. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Hartelius, J. E. & Browning, L. D. (2008). The Application of Rhetorical Theory in Managerial Research: A Literature Review. *Management Communication Quarterly*, 22; 13.
- Heinämaa, Sara (1996). *Ele, työ ja sukupuoli: Merleau Pontyn ja Beauvoirin ruumiinfilosofia ja sen merkitys sukupuolittuneisuudelle*. Helsinki: Gaudeamus.
- Henry, C.; Foss, L.; Fayolle, A.; Walker, E. & Duffy, S. (2015). Entrepreneurial Leadership and Gender: Exploring Theory and Practice in Global Contexts. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 581–586.
- Hermann, F. & Landström, H. (2015). What makes entrepreneurship research interesting? Reflections on strategies to overcome the rigour–relevance gap. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(1-2): 51-75.

Herron, L., Sapienza, H.J. & Smith-Cook, D. (1991). Entrepreneurship theory from an interdisciplinary perspective: Volume I. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 16, Iss. 2, 7 – 12.

Hirdman, Y. (1992). *Den socialistiska hemmafrun och andra kvinnohistorier*. Stockholm: Carlssons bokförlag.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Second edition. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hofstede, G. (1992). *Kulttuurit ja organisaatiot*. Juva: WSOY.

Holland, D., & Lave, J. (Eds.). (2001). *History in person: Enduring struggles, contentious practice, intimate identities*. Santa Fe, NM: School of American Research Press; Oxford, UK: James Currey.

Hull, D. L., Bosley, J. J. & Udell, G. G. (1980). Renewing the hunt for the heffalump: identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 18, 11-18.

Huuskonen, V. (1992). *Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu*. Turun kauppakorkeakoulun laitoksen julkaisuja A- 2: 1992, Turku.

Jay, T. (1992). *Cursing in America*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Johansson, A. W. (2004). Narrating the entrepreneur. *International Small Business Journal*, 22(3): 273–293.

Johnstone, B. (2008). *Discourse Analysis*. Massachusetts: Blackwell Publishing.

Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere. Vastapaino

Jokinen, A., Juhila, K. ja Suoninen, E. (1993). *Diskursiivinen maailma: teoreettiset lähtökohdat ja analyyttiset käsitteet*. Teoksessa Diskurssianalyysin aakkoset. Vastapaino, Tampere.

Järvilehto, Lauri (2013). Taivas ja helvetti. Blogikirjoitus.

<https://ajattelunammattilainen.fi/2013/05/22/taivas-ja-helvetti/> (Vierailtu 4.5.2016.)

- Kanter, Rosabeth M. (1993). *Men and Women of the Corporation*. New York. Basic Books.
- Keerfoot, D. & Knights, D. (1998). Managing Masculinity in Contemporary Organizational Life: A Managerial Project. *Organization*, 5, 7-26.
- Kolhinen, J. (2012). *Yrittäjämäisen yliopiston sosiaalisesti rakentuvat esteet ja mahdollisuudet. Aalto-yliopiston opettajien tulkintoja yrittäjyydestä*. Conference paper. Lappeenrannan teknillinen yliopisto.
- Krefting, L. (1991). Rigor in Qualitative Research: The Assessment of Trustworthiness. *The American Journal of Occupational Therapy*. Vol. 45, 3.
- Kyrö, Paula (1997). *Yrittäjyyden muodot ja tehtävä ajan murroksissa*. Jyväskylä Studies in Computer Science, Economics and Statistics 38. Jyväskylän yliopisto.
- Langley, A. & Abdallah, C. (2011). Templates and Turns in Qualitative Studies of Strategy and Management. In Bergh, D & Ketchen, D. Building methodological bridges: *Research Methodology in Strategy and Management*, Vol. 6, 201–235.
- Larty, J. & Hamilton, E. (2011). Structural approaches to narrative analysis in entrepreneurship research: Exemplars from two researchers. *International Small Business Journal*, 29(3) 220 –237.
- Leskinen, Pia-Lena (2000). *Yrittäjyyttä etsimässä: kokemuksia ja ajatuksia yrittäjyyskasvatuksesta*. Helsinki: Edita.
- Lincoln, Y.S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications Inc. Newbury Park, London, New Delhi.
- Low, M. B. & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. *Journal of Management*, 14, 139-161.
- Lämsä, Anna-Maija (2010). *Sukupuoli johtajuustutkimuksessa*. LTA: 4/10, 369–379.
- Mantere, S. & Vaara, E. (2008). On the Problem of Participation in Strategy: A Critical Discursive Perspective. *Organization Science*. Vol. 19, No. 2, 341-358.
- Marshall, J. (1995). Gender and Management: A Critical Review of Research. *British Journal of Management*. Vol. 6, Special Issue, 53-62.

Maslow, A. H.: A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 1943, nro 50(4), s. 370–396.

Miettinen, R., Samra-Fredericks, D., & Yanow, D. (2009). Re-turn to Practice: An Introductory Essay. *Organization Studies*, 30(12), 1309–1327.

Monaci, M. (1998). *‘L’imprenditorialità femminile: tendenze, teorie, interventi’*, Internal working paper, ISTUD, April.

Moore, D. & Buttner, H. (1997) *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*, Thousand Oaks, CA: Sage.

Northouse, P. G. 2001. *Leadership. Theory and Practice*. 2. painos. Thousand Oaks: Sage.

Nätkin, R. (2006). *Äitiys ja päihteet – kertomus ja politiikka*. Teoksessa Ritva Nätkin (toim.) Pullo, pillerit ja perhe. Vanhemmuus ja päihdeongelmat. Jyväskylä: PS-kustannus, 23–54.

Paajanen, P. (2001). *Yrittäjyyskasvattaja. Ammattikorkeakoulun hallinnon ja kaupan alan opettajien näkemykset itsestään ja työstään yrittäjyyskasvattajana*. Jyväskylän yliopisto

Phillips, N. & Hardy, C. (2002). *Discourse Analysis: Investigating Processes of Social Construction*. Thousand Oaks: Sage.

Phillips, N. Sewell, G. & Jaynes, S. (2008). Applying critical discourse analysis in strategic management research. *Organizational Research Methods*, 11(4), 770–789.

Pietiläinen, T. (2007). Moninainen yrittäminen. Sukupuoli ja yrittäjänäisten toimintatila tietoteollisuudessa. Helsingin Kauppaikorkeakoulu. HSE Print 2007.

Polkinghorne, D. (2005). Language and meaning: Data collection in qualitative research. *Journal of Counseling Psychology*, 52(2), 137–145.

Potter, J. (2004). *Discourse Analysis*. Teoksessa Handbook of Data Analysis. London: Sage.

Powell, G. N. & Graves, L. M. (2003). *Women and men in management*. Thousand Oaks: Sage.

Puustinen, T. & Mäkeläinen, M. (2013). *Taivas+Helvetti*. Porvoo: Bookwell Oy.

Pynnönen, A. (2013). Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun Working Paper N:o 379.

Rae, D. & Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education and Training*, 42(4–5) 220–227.

Rauch, A. & Frese, M. (2007). Born To Be An Entrepreneur? Revisiting The Personality Approach To Entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: 41-65.

Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Cultural Theorizing. *European Journal of Social Theory* 5/2: 243–263.

Riessman, C. K. (1993). *Narrative Analysis*. Newbury Park: Sage Publications.

Rogers, C. (1995). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Houghton Mifflin, New York.

Saarikoski, P. (1967). *Aristoteles, runousoppi*. Helsinki: Otava.

Sandelowski, M. (1986). The problem of rigor in qualitative research. *Advances in Nursing Science*, 8, 27-37.

Schatzki, T. R.; Knorr-Cetina, K. & von Savigny, E. (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London: Routledge.

Scherer, C. R. & Sagarin, B. J. (2006). Indecent influence: The positive effects of obscenity on persuasion. *Social Influence*, 1 (2), 138–146. Northern Illinois University, DeKalb, IL, USA.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle* (trans. R. Opie). Cambridge, MA: Harvard University Press, 65–94.

Sfard, A. & Prusak, A. (2005). Telling Identities: In Search of an Analytic Tool for Investigating Learning as a Culturally Shaped Activity. *Educational Researcher*, Vol. 34, No. 4, 14-22.

Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, Vol. 25 No. 1, pp. 217-226.

Sharma, P. & Chrisman, J.J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory Pract.* 23 (3), 11–27.

Shields, Stephanie A. (2008). *Gender: An Intersectionality Perspective*. *Sex Roles*. 59: 301–311.

Singh, R. P. (2001). A Comment on Developing the Field of Entrepreneurship Through the Study of Opportunity Recognition and Exploitation. *Academy of Management Review*, 26(1), 10-12.

Singh, S., Corner, P. D. & Pavlovich, K. (2015). Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization. *Journal of Business Venturing*, 30, 150–166.

Smith, R. & Anderson, A. R. (2007). *Recognizing meaning: semiotics in entrepreneurial research*. Teoksessa Neergaard, H. and Uihøi, J.P. (Edit): *Handbook Of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Edward Elgar, Cheltenham, s. 169-192.

Spiegel, G.M. (ed.) (2005). *Practicing History. New Directions in Historical Writing after the Linguistic Turn*. New York: Routledge.

Spinuzzi, C. (2017). Introduction to Special Issue on the Rhetoric of Entrepreneurship: Theories, Methodologies, and Practices. *Journal of Business and Technical Communication*, Vol. 31(3) 275-289.

Steyaert, C. (2007). ‘Entrepreneurship’ as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 453–477.

Stevenson, L. (1990). Some Methodological Problems Associated with Researching Women Entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9: 439–446.

Tienari, J. & Vaara, E. (2002). Justification, Legitimization and Naturalization of Mergers and Acquisitions: A Critical Discourse Analysis of Media Texts. *Organization*, 2002, 9(2), 275-303.

Tsoukas, H. (1994). What is management? An outline of a metatheory. *British Journal of Management* 5/4: 289–301.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2018). Yritykset. <http://tem.fi/yritykset> (vierailtu 13.5.2018.)

Työ- ja elinkeinoministeriö (2012). Yrittäjyyskatsaus 2012. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 46/2012.

Vaara, E. (2010). Taking the linguistic turn seriously: Strategy as a multifaceted and interdiscursive phenomenon. *Advances in Strategic Management*, 27, 29–50.

Van Dijk, T. (1997). *Discourse Studies: a Multidisciplinary Introduction* (Vol. 1: Discourse as Structure and Process; Vol. 2: Discourse as Social Interaction). London: Sage.

Vehviläinen, Marja (2004). *Kuinka tutkia sukupuolta ja valtaa organisaatiossa? Johdanto teoksessa Sukupuoli ja Organisaatiot Liikkeessä? Gender and Organisations in Flux?* Research reports. Hanken school of economics. Helsinki: Yliopistopaino.

Vilkka, H. (2014). Tutkimusmetodeja ammatilliselle kentälle. <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-kehita.pdf> (Vierailtu 28.1.2018.)

Welch, C.; Piekkari, R.; Plakoyiannaki, E. & Paavilainen-Mäntymäki, E. (2011). Theorising from case studies: Towards a pluralist future for international business research. *Journal of International Business Studies*, 42, 740–762.

Wennekers, Sander & Thurik, Roy (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13: 27–55, 1999. Kluwer Academic Publishers.

Wetherell, M.; Taylor, S.; Yates, J.S. (2001). *Discourse as Data: A Guide for Analysis*. London: Sage and the Open University.

Whittington, R. (2006). Completing the Practice Turn in Strategy Research. *Organization Studies* 27(5):613–634.

Wigren, C. (2007). *Assessing the quality of qualitative research in entrepreneurship*. Teoksessa Neergaard, H. and Uhløi, J.P. (Edit): *Handbook Of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. Edward Elgar, Cheltenham, s. 383–405.

Willmott, H. (1997). Rethinking management and managerial work: Capitalism, control and subjectivity. *Human Relations* 50/11: 1329–1340.

Wilson, Elisabeth (2001). *Organizational Behaviour Reassessed. The Impact of Gender*. Sage Publications: London.



Wodak, R. & Meyer, M. (2002). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Ylinen, A. (2011). *Opettajien yrittäjyyskasvatusvalmiudet Etelä-Pohjanmaan lukioissa*. Väitöskirja, Jyväskylän Yliopiston Taloustieteiden tiedekunta. Jyväskylä University Printing House: Jyväskylä 2011.

Zimmerman, D. H. & West, C. (1987). Doing Gender. *Gender and Society*, 1: 125. Florida: Sage Publications.